

The Effect of Social Capital on Organizational Innovation with the Mediating Role of Job Motivation in Rural Cooperatives of Mazandaran Province

Saeid Emamgholizadeh¹, Melika Roygari^{2*}

1. Associate Professor, Department of Management, Shomal University, Amol, Iran.
2. Master's degree, Shomal University, Amol, Iran.

OPEN ACCESS

Article type: Research Article

***Correspondence:** Moheballi Rahdar
m.ali.rahdar@eng.usb.ac.ir

Received: May 21, 2024

Accepted: September 15, 2024

Published: Summer 2024

Citation: Emamgholizadeh, S., Roygari, M. (2024). The Effect of Social Capital on Organizational Innovation with the Mediating Role of Job Motivation in Rural Cooperatives of Mazandaran Province. *Modern Studies in Management & Organization*, 1(2), 35-53.

Publisher's Note: JMSMO stays neutral with regard to jurisdictional claims in published material and institutional affiliations.



Copyright: Authors retain the copyright and full publishing rights.

Published by Research Center of Resource Management Studies and Knowledge-Based Business. This article is an open access article licensed under the [Creative Commons Attribution 4.0 International \(CC BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Abstract: This research aims to investigate the effect of social capital on organizational innovation with the mediating role of job motivation in rural cooperatives of Mazandaran province. This research is in the field of applied research in terms of its purpose. The statistical population of this research includes all employees of rural cooperatives of Mazandaran province. The sample size was determined according to the Krejci and Morgan table of 246 and the research sampling method was simple random. Standard questionnaires related to social capital, organizational innovation, and job attitude were used to collect data. The results of the research show that there is a significant relationship between social capital and organizational innovation and its impact coefficient is 0.382. Social capital has an impact on job motivation and its impact coefficient is 0.489 and job motivation has a positive and significant effect on organizational innovation in cooperative organizations and its coefficient is 0.397. Also, the Sobel test was used to measure the effect of the mediating role of the job motivation variable and the results indicate the mediating role of job motivation.

Keywords: Social Capital, Organizational Innovation, Job Motivation, Rural Cooperative.

DOI: [10.22034/jmsmo.2024.217538](https://doi.org/10.22034/jmsmo.2024.217538)

Extended Abstract

Introduction

Social capital is an important input in the production process and helps companies to increase operational efficiency in line with human capital and physical capital (Chen et al., 2021). Intangible assets, such as employee skills and their relationships with customers, are also factors that enhance the social capital of the organization. In this regard, the organization's innovation, which originates from the employees of that organization, is also an important component (Chan et al., 2019). Attracting talented employees and recruitment programs is also an

important issue in the sustainability of production cooperatives and expanding the role of these cooperatives in creating and strengthening social capital (Mohammadzadeh & Talebi, 2020). Also, social capital is one of the influential components in the performance and success of cooperative companies, including rural cooperatives, which is of interest to experts (Karimi et al., 2020). In theoretical foundations, there are numerous models and elements of social capital, with much of this literature and many of these elements overlapping (Zarei, 2017).

In the process of moving towards transformation and innovation, by recognizing the amount of its social capital, a rural cooperative organization can have a better understanding of the patterns of interpersonal and group interactions in its headquarters, and by utilizing this capital, it can strengthen its organizational systems, including the ability to accumulate organizational knowledge and, consequently, organizational innovation. Most current research has studied the relationship between social capital and organizational innovation, and despite the effect of social capital on employee motivation, few studies have studied these three variables simultaneously and the mediating role of employee motivation on the relationship between these two variables. In other words, the idea comes to mind that employee motivation affects the relationship between social capital and organizational innovation. In other words, the existence of job motivation increases the relationship between social capital and organizational innovation and provides the basis for more organizational innovation through social capital. Studies conducted at the provincial level revealed that cooperatives do not have organizational innovation and have become routine. Also, considering that cooperative sectors are an important arm of economic prosperity and growth, many cooperatives in Mazandaran province are stagnant. Therefore, the research question is whether social capital, with its mediating role in job motivation in rural cooperatives in Mazandaran province, leads to innovation in the organization?

Theoretical framework

Social capital refers to a network of relationships and bonds based on interpersonal and intergroup social trust and interactions of individuals with groups, organizations, and social institutions, which is synonymous with social solidarity and cohesion and the enjoyment of social support and energy by individuals and groups to facilitate actions towards achieving individual and collective goals. Social capital consists of three dimensions: social trust, social participation, and social cohesion (Mohebi, 2018).

Innovation refers to the introduction of a new combination of essential factors of production within a production system. Innovation capital is the ability and capability to organize and apply research and development, new technologies, and novel products to meet customer needs. The innovation process encompasses knowledge-based, physical, and technical activities that play a central role in the development of new products. Innovation, like any objective activity, requires knowledge, attention, and hard work from all stakeholders, in addition to ingenuity and talent, and what is common among entrepreneurs is not a specific type of personality; rather, it has been a systematic commitment to innovation. Innovation is also considered a platform for business success so that managers, seeking to identify the mechanism of the technology cycle and the innovation stream, can achieve the resulting advantages by implementing discontinuous changes in the organization. Creativity and innovation are not mysterious talents in individuals, but are everyday activities to establish relationships that have not been seen before and to establish connections between issues that are not usually put together (Mohebi, 2018).

Methodology

The present study is quantitative research in terms of purpose, application in terms of data type and correlational research in terms of implementation method. The necessary data were collected in two ways: 1- Library studies 2- Field studies. In the library section, relevant sources including specialized books and articles, magazines and publications related to the subject were used, and in the field studies section, a questionnaire related to social capital and organizational innovation and job attitude was used to collect data. The research population consisted of 684 employees of rural cooperatives in Mazandaran province. The sample size was determined as 246 people based on the Krejci and Morgan table, and in selecting the sample, five cognitive background variables were considered, namely age, work experience, gender, and marital status, to which ten percent was added to be cautious in the loss of questionnaires, and a sample equivalent to 270 people was considered. Finally, the questionnaires were distributed among the statistical sample by simple random method. After collecting the necessary data using the questionnaire, all of them were coded and then entered into the SPSS software. Then, while classifying them, descriptive statistics related to the data were calculated, and finally, in order to confirm or reject the designed hypotheses, SPSS19 software was used to calculate Cronbach's alpha and AMOS21 was used to determine the structural equation correlation test and examine the direct and indirect relationships between dependent and independent variables.

Discussion and Results

According to the results of data analysis, social capital has an effect on organizational innovation. This result is consistent with the results of Farahani et al. (2021). Also, the effect of social capital on organizational innovation through the mediation of knowledge accumulation was also confirmed. Also, social capital indirectly affects organizational innovation and organizational citizenship behavior through sustainable human resource management. The results of the study showed that social capital is related to job motivation. Data analysis shows that social capital is related to job motivation.

Conclusion

In the current era, when competitive markets strive to achieve the highest level of progress, the main focus of organizations is on innovation. Innovation requires the collective effort of all individuals and units within the organization, and organizational social capital also leads to the creation of innovation in the organization by facilitating collective action. In order to achieve innovation, urban and rural cooperatives must work collectively, and this is not possible except with organizational social capital, and these two variables are complementary. Social capital in urban and rural cooperatives is a means of encouraging and motivating employees, which guides the collective action of employees and ensures internal cohesion and the continuous pursuit of common goals.

In order to achieve an innovative organization, urban and rural cooperatives must classify innovation into five different categories such as new products, new production methods, new sources of supply, exploitation of new markets, and new ways of organizing business. But in order for the organization's people to focus more on their work, they must have job motivation, and this leads to a greater desire to do the organization's affairs better. Based on the results stated, it can be said that the nature of the organization of urban and rural

cooperatives requires that the employees of this organization pay attention to the importance of their jobs. Among the goals of forming rural cooperatives are the pooling of capital, the provision of common agricultural inputs in bulk and the use of discounts in their purchase, and coordination and synergy in the marketing and sale of agricultural products so that the greatest benefit goes to the farmers who are responsible for the main effort of producing the product. As a result, innovation is an important pillar to achieve this goal.

Contribution of authors

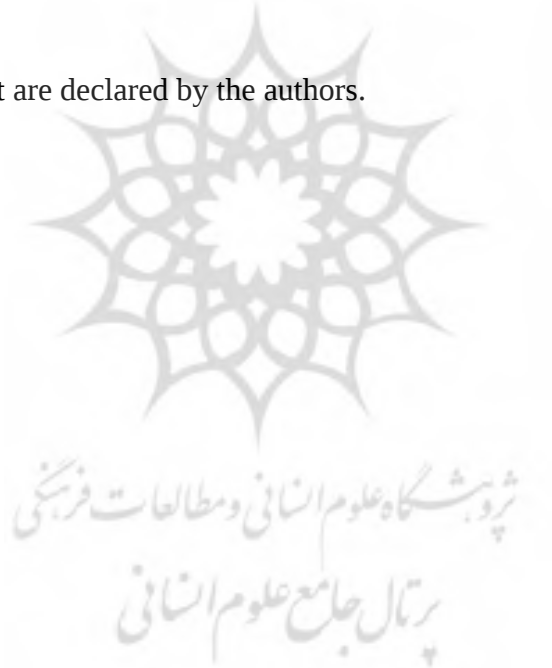
All authors have participated in this research in equal proportion.

Ethical approval

Written informed consent was obtained from the individuals for their anonymized information to be published in this article.

Conflict of interest

No conflicts of interest are declared by the authors.



مطالعات نوین در مدیریت و سازمان

سال اول، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۳ - صفحه ۵۳-۳۵

Homepage: <https://www.jmsmo.ir/>

تأثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی با نقش میانجی انگیزش شغلی در تعاونی‌های روستایی استان مازندران

سعید امامقلی زاده^{۱*}، ملیکا رویگری^۲

۱. دانشیار گروه مدیریت دانشگاه شمال، آمل، ایران.

۲. کارشناسی ارشد دانشگاه شمال، آمل، ایران.

چکیده: هدف از این تحقیق، بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی با نقش میانجی انگیزش شغلی در تعاونی‌های روستایی استان مازندران می‌باشد. این پژوهش از نظر هدف در حیطه تحقیقات کاربردی می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه کارکنان تعاونی‌های روستایی استان مازندران می‌باشد. تعداد نمونه مطابق با جدول کرجسی و مورگان ۲۴۶ تعیین گردید و روش نمونه‌گیری تحقیق، تصادفی ساده می‌باشد. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه‌های استاندارد مربوط به سرمایه اجتماعی و نوآوری سازمانی و نگرش شغلی استفاده گردید. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که بین سرمایه اجتماعی و نوآوری سازمانی رابطه معناداری وجود دارد و ضریب تأثیر آن برابر ۰.۳۸۲ می‌باشد. سرمایه اجتماعی بر انگیزش شغلی تأثیر دارد و ضریب تأثیر آن برابر ۰.۴۸۹ است و انگیزش شغلی بر نوآوری سازمانی در سازمان‌های تعاونی تأثیر مثبت و معناداری دارد و ضریب آن برابر ۰.۳۹۷ می‌باشد. همچنین، از آزمون سوبل برای سنجش تأثیر نقش میانجی متغیر انگیزش شغلی استفاده گردید و نتایج نشان دهنده نقش میانجی انگیزش شغلی می‌باشد.

واژگان کلیدی: سرمایه اجتماعی، نوآوری سازمانی، انگیزش شغلی، تعاونی روستایی.

DOI: [10.22034/jmsmo.2024.217538](https://doi.org/10.22034/jmsmo.2024.217538)

دسترسی آزاد

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

*نویسنده مسئول: سعید امامقلی‌زاده

gholizadehsaeid@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۳/۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۶/۲۵

تاریخ انتشار: تابستان ۱۴۰۳

استناد: امامقلی‌زاده، سعید. رویگری، ملیکا، صوفیا، میرشکاری، فائزه، رهدار، محبعلی. (۱۴۰۳). تأثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی با نقش میانجی انگیزش شغلی در تعاونی‌های روستایی استان مازندران. فصلنامه مطالعات نوین در مدیریت و سازمان، ۲(۱)، ۳۵-۵۳.

یادداشت ناشر: JMSMO درخصوص

ادعاهای قضایی در مطالب منتشر شده و وابستگی‌های سازمانی بی‌طرف می‌ماند.



کپی‌رایت: نویسندگان حق نشر و حقوق کامل انتشار را برای خود محفوظ می‌دارند.

منتشر شده توسط مرکز پژوهشی مطالعات مدیریت منابع و کسب و کار دانش محور. این مقاله، یک مقاله با دسترسی آزاد است که تحت مجوز

[Creative Commons Attribution 4.0 International \(CC BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) منتشر شده است.

مقدمه

سرمایه اجتماعی یک ورودی مهم در فرایند تولید است و به شرکت‌ها کمک می‌کند تا مطابق با سرمایه انسانی و سرمایه فیزیکی به سمت افزایش کارایی عملیاتی بروند (Chen et al., 2021). همچنین، دارایی‌های نامشهود، مانند مهارت‌های کارکنان و روابط آنها با مشتریان، از عواملی هستند که سرمایه اجتماعی سازمان را ارتقا می‌بخشد. در این میان نوآوری سازمان که نشأت گرفته از کارکنان آن سازمان می‌باشد، نیز جزء مهمی است (Chan et al., 2019). جذب کارکنان با استعداد و

برنامه‌های استخدام نیز یکی از موضوعات مهم در پایداری تعاونی‌های تولید و گسترش نقش این تعاونی‌ها در ایجاد و تقویت سرمایه اجتماعی است (Mohammadzadeh & Talebi, 2020). همچنین، سرمایه اجتماعی یکی از مؤلفه‌های اثرگذار در عملکرد و موفقیت شرکت‌های تعاونی، از جمله تعاونی‌های روستایی است که مورد توجه صاحب‌نظران است (Karimi et al., 2020). در مبانی نظری، مدل‌ها و عناصر متعددی از سرمایه اجتماعی وجود دارند که بخش زیادی از این ادبیات و تعداد زیادی از این عناصر با یکدیگر همپوشانی دارند (Zarei, 2017).

آموزش مناسب می‌تواند نوآوری را تقویت کنند. در کنار جذب افراد مستعد، نگهداشت این افراد نیز برای سازمان مهم و حیاتی می‌باشد (Dahmardeh et al., 2024). برای بهبود توانایی نوآورانه، فناوری اطلاعات، سرمایه فکری و اجتماعی و تبادل ایده‌ها در تعامل با هم هستند. نوآوری یک فعالیت جمعی می‌باشد (Li et al., 2018). این امر موجب افزایش انگیزه کارکنان برای انجام بهتر کارها می‌گردد. انگیزش می‌تواند با تأثیرگذاری بر بهره‌وری و نوآوری، سرمایه اجتماعی را به طور مستقیم یا غیرمستقیم تحت تأثیر قرار دهد (Zhang & Huang, 2022).

در سال‌های اخیر، فشار کمبود منابع و رقابت شدید در بازارهای جهانی باعث شده است شرکت‌ها فراتر از حداکثرسازی سود سهامداران، نتایج اقدامات و فعالیت‌های خود را مورد بازنگری قرار دهند. در بسیاری از شرکت‌ها، این بازنگری منجر به بررسی اثرات زیست محیطی و اجتماعی فعالیت‌ها و پاسخگویی در برابر سایر ذی‌نفعان شرکت در قالب مفهوم سرمایه اجتماعی شرکتی شده است (Hasan et al., 2020). بسیاری از پژوهشگران معتقد هستند که پیش شرط حرکت به سمت دانش و نوآوری، اطمینان از وجود سرمایه اجتماعی در سازمان است (Ulhøi, 2004). شرکت‌ها با استفاده از سرمایه اجتماعی داخلی و خارجی که به آسانی قابل تبدیل به مزیت رقابتی مبتنی بر دانش و رشد علمی و بین‌المللی است، می‌توانند به نوآوری دست یابند. در جدیدترین مطالعات مشخص شد که سرمایه اجتماعی در شکل اعتماد، هنجار و شبکه‌ها می‌تواند در تسهیل آرامش، صلح و اقدام جمعی در دوران شیوع کرونا موثر باشد. بنابراین، سرمایه اجتماعی به عنوان مهم‌ترین پیشران در انجام موفقیت آمیز وظایف در موقعیت‌های اضطراری شناخته شده است (Martinez-Conesa et al., 2017).

آراستی و همکاران (۱۳۹۰) در تحقیق خود تأکید کرده‌اند یکی از عوامل تأثیرگذار در نوآوری سازمانی، انگیزه شغلی کارکنان می‌باشد. در متون سازمان و مدیریت، منشاء فعالیت‌های کارکنان به انگیزش آنان نسبت داده شده است. انگیزش در مفهوم کلی در دو واژه تمایل و توان کارکنان خلاصه می‌شود. زمانی که نیازهای کارکنان در داخل سازمان تأمین می‌شود، از سازمان راضی می‌شوند و به عبارتی حوزه پذیرش آنها گسترش می‌یابد. به بیان دیگر، تمایل آنها به انجام دادن فعالیت‌ها و وظایف شغلی، از جمله نوآوری سازمانی، ارتقا می‌یابد. افرادی که سطح بالایی از انگیزه پیشرفت را دارند، برای حل مشکلات و رسیدن به موفقیت بسیار کوشا می‌باشند. شان کالین در تحقیق خود نشان دادند ویژگی‌هایی مانند نیاز به پیشرفت، مخاطره‌پذیری، تحمل ابهام، مرکز کنترل درونی، خود کارآمدی و هدف‌گزینی جزو مهم‌ترین عوامل برای داشتن انگیزه نوآوری هستند (Gol Shokoh et al., 2009).

نوآوری سازمانی به منزله کاربرد ایده‌هایی که برای شرکت جدید مناسب می‌باشند، نیز تعریف شده است. نوآوری سازمانی می‌تواند ایده و دانش را به محصول تبدیل کند. نوآوری به علت تغییر الگوی رقابت سازمانی و ضرورت سازگاری با تغییرات سریع بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است (Zarei, 2017). نوآوری در سازمان بیش از آنکه نیازمند سرمایه‌های فیزیکی و انسانی باشد، به سرمایه اجتماعی نیاز دارد و امروزه سرمایه سازمان از شکل سنتی سرمایه اقتصادی به شکل سرمایه اجتماعی تغییر شکل داده است؛ چرا که سرمایه اجتماعی زمینه نوآوری و بهبود مستمر و نوعی هم‌افزایی در عملکرد ایجاد می‌کند. پژوهشگران اعتقاد دارند که ایجاد اعتماد و شبکه‌های ارتباطی زمینه رفتارهای نوآورانه کارکنان را در سازمان فراهم می‌کند (Ahmadzadeh & Shekoh, 2019).

نوآوری سازمانی بر به کارگیری یک روش جدید سازمانی در اقدامات کسب و کار شرکت، سازماندهی محیط کار یا روابط بیرونی تأکید کند. این نوع نوآوری در اقدامات مدیریتی، سازماندهی محیط کار و روابط بیرونی شرکت قابل تحقق است که شرکت‌های تعاونی می‌بایست ضمن ریسک‌پذیری، مزیت‌های نسبی را شناسایی نمایند (Rahbari et al., 2017).

انگیزش در روانشناسی کار عوامل، شرایط و احوالی است که موجب برانگیختن، جهت دادن و تداوم رفتار فرد به شکلی مطلوب در ارتباط با موقعیت‌های شغلی او می‌گردند. معمولاً یک فرد برانگیخته در مقایسه با همکارانش که انگیزه نیستند، وظایف شغلی‌اش را با علاقه و نیرو و در نتیجه کارایی بیشتری انجام می‌دهد. فرایند انگیزش را به طور مستقیم نمی‌توان مشاهده کرد. در واقع آن چه مورد مشاهده قرار می‌گیرد، فرایندی چند بُعدی از رفتارها و پیامدهای آن رفتارها است. فرایندهای انگیزشی تنها از تحلیل این روند مستمر رفتار که تحت تأثیر وراثت است، استنباط می‌گردند و تنها از طریق اثرهایشان بر شخصیت، باورها، دانش، توانایی‌ها و مهارت‌ها قابل مشاهده می‌باشند. به طور کلی، انگیزش می‌تواند به عنوان تغییرپذیری درون فردی و بین فردی در رفتار تعریف می‌شود که تنها به تفاوت‌های فردی در توانایی یا به الزامات محیطی که عمل را اجبار می‌کنند، بستگی ندارد (Swede & Gough, 1984).

سازمان تعاونی روستایی در مسیر حرکت به سمت تحول‌گرایی و نوآوری، با شناخت میزان سرمایه اجتماعی خود می‌تواند درک بهتری از الگوهای تعاملات بین فردی و گروهی در ستادهای خود داشته باشد و با بهره‌گیری از این سرمایه می‌تواند سیستم‌های سازمانی خود از جمله قابلیت انباشت دانش سازمانی و به تبع آن نوآوری سازمانی تقویت کند. در اکثر پژوهش‌های کنونی رابطه سرمایه اجتماعی و نوآوری سازمانی مطالعه شده است و با وجود تأثیر سرمایه اجتماعی بر انگیزش کارکنان، کمتر پژوهشی به مطالعه همزمان این سه متغیر و نقش میانجی انگیزش کارکنان بر رابطه بین این دو متغیر پرداخته است. به عبارت دیگر، این فکر به ذهن می‌رسد که انگیزش کارکنان بر رابطه بین سرمایه اجتماعی و نوآوری سازمانی تأثیر می‌گذارد. به این معنا که وجود انگیزش شغلی رابطه بین سرمایه اجتماعی و نوآوری سازمانی را افزایش می‌دهد و زمینه بیشتر نوآوری سازمانی را از طریق سرمایه اجتماعی فراهم می‌کند. با بررسی‌های به عمل آمده در سطح استان مشخص شد که تعاونی‌ها دارای نوآوری سازمانی نمی‌باشند و دچار روزمرگی گردیده‌اند. همچنین، با عنایت به اینکه بخش‌های تعاونی جزو بازوی مهم شکوفایی و رشد اقتصادی می‌باشند، بسیاری از تعاونی‌های

استان مازندران را کد می‌باشند. لذا، سوال تحقیق عبارت است از این که آیا سرمایه اجتماعی با نقش میانجی انگیزش شغلی در تعاونی‌های روستایی استان مازندران منجر به نوآوری در سازمان می‌شود؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

سرمایه اجتماعی

منظور از سرمایه اجتماعی، شبکه‌ای از روابط و پیوندهای مبتنی بر اعتماد اجتماعی بین فردی و بین گروهی و تعاملات افراد با گروه‌ها، سازمان‌ها و نهادهای اجتماعی است که قرین همبستگی و انسجام اجتماعی و برخورداری افراد و گروه‌ها از حمایت اجتماعی و انرژی لازم برای تسهیل کنش‌ها در جهت تحقق اهداف فردی و جمعی می‌باشد. سرمایه اجتماعی از سه بُعد اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی و انسجام اجتماعی تشکیل شده است (Mohebi, 2018).

اعتماد اجتماعی

اعتماد اجتماعی، مفهومی است که در فرایند روابط اجتماعی بین افراد و سازمان‌های اجتماع با همدیگر تبلور می‌یابد. اعتماد، احساس روابط اجتماعی است و رابطه مستقیم با میزان روابط اجتماعی دارد. بدین صورت که هرچه میزان اعتماد اجتماعی میان افراد و گروه‌ها و سازمان‌های اجتماعی به جامعه بیشتر باشند، به همان میزان روابط اجتماعی از شدت، تنوع، ثبات و پایداری بیشتری برخوردار است.

مشارکت اجتماعی

مشارکت اجتماعی در یک تعریف کلی عبارت است از شرکت فعال و سازمان یافته افراد و گروه‌های اجتماعی در امور اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و ... جامعه به گونه‌ای که:

- ۱) حداکثر قدرت جمعی از طریق بسیج همه امکانات و قوای جمع حاصل آید.
- ۲) این قدرت جمعی در راستای نیل به مصالح، علایق و منافع جامعه جهت گیری شود.
- ۳) از طریق مشارکت همه جانبه افراد و گروه‌های اجتماعی، پیوندها و انسجام اجتماعی استحکام یابد.
- ۴) امکان بلوغ و شکوفایی استعدادها و تکامل و توسعه فردی و اجتماعی فراهم آید (Mohebi, 2018).

انسجام اجتماعی

انسجام اجتماعی به معنای آن است که گروه، وحدت خود را حفظ کند و با عناصر وحدت بخش خود، تطابق و هم‌نوایی داشته باشد. همبستگی و انسجام، احساس مسئولیت متقابل بین چند نفر یا چند گروه است که از آگاهی و اراده برخوردار باشند و حائز یک معنای اخلاقی است که متضمن وجود اندیشه یک وظیفه یا الزام متقابل است و نیز یک معنای مثبت از آن بر می‌آید که وابستگی متقابل کارکردها، اجزاء و یا موجودات در یک کل ساخت یافته را می‌رساند.

انسجام اجتماعی دلالت بر توافق جمعی میان اعضای یک جامعه دارد. به عبارتی انسجام در کل ناظر بر میزان و الگوی رابطه متقابل بین کنشگران، گروه‌ها و خرده فرهنگ‌های متمایز است.

نوآوری سازمانی

نوآوری به معرفی ترکیب جدید از عوامل اساسی تولید درون سیستم تولیدی اشاره دارد. سرمایه نوآوری قابلیت و توانایی سازمان دهی و به کارگیری تحقیق و توسعه، فناوری‌های جدید و محصولات بدیع برای برآورده ساختن نیازهای مشتریان می‌باشد. فرآیند نوآوری فعالیت‌های دانش مدار، فیزیکی و فنی را که در توسعه محصولات جدید نقش محوری دارند را در بر می‌گیرد. نوآوری همانند هر فعالیت عینی در کنار نبوغ و استعداد، نیازمند دانش، توجه و سخت‌کوشی همه دست اندرکاران است و آنچه در میان کارآفرینان مشترک است، گونه خاصی از شخصیت نیست؛ بلکه تعهد نظام‌مند به نوآوری بوده است. همچنین، نوآوری را بستر پیروزی در کسب و کار می‌دانند تا مدیران در پی شناسایی سازوکار چرخه فناوری و جویبار نوآوری بتوانند به کمک انجام دگرگونی‌های ناپیوسته در سازمان به امتیازهای ناشی از آن برسند. خالقیت و نوآوری، استعداد مرموز نزد افراد نیست، بلکه فعالیت روزمره برای برقرای روابطی است که قبلاً دیده نشده و برقرای ارتباط بین مسائلی است که معمولاً در کنار هم قرار نمی‌گیرند (Mohebi, 2018).

این پژوهش با تأکید بر مطالعات داخلی و خارجی در زمینه تأثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی با نقش میانجی انگیزش شغلی در تعاونی‌های روستایی استان مازندران صورت گرفت. بر مبنای مطالعات کتابخانه‌ای پیشینه مطالعات مرتبط با موضوع به صورت خلاصه ارائه می‌شود. سلطانعلی و همکاران (۱۴۰۰) پژوهشی با عنوان «تبیین نقش نوآوری سازمانی و سرمایه اجتماعی» انجام داده‌اند. یکی از مهم‌ترین سوالات درباره مسئولیت‌پذیری اجتماعی، تأثیر آن بر عملکرد شرکت است. نتایج نشان می‌دهد مسئولیت‌پذیری اجتماعی هم به صورت مستقیم و هم از طریق متغیر میانجی سرمایه اجتماعی بر عملکرد شرکت اثرگذار است. بنابراین پیشنهاد می‌شود این شرکت‌ها جهت ارتقای عملکرد، علاوه بر تدوین و پیاده‌سازی برنامه‌های تقویت‌کننده مسئولیت اجتماعی به تقویت سرمایه اجتماعی خود هم بپردازند. فرهیمن فراهانی و همکاران (۱۴۰۰) پژوهشی با عنوان «تأثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی آجا با نقش میانجی قابلیت انباشت دانش و نقش تعدیل‌گر فرهنگ سازمانی» انجام داده‌اند. نتایج تحلیل داده‌ها نشان داد که سرمایه اجتماعی بر انباشت دانش و نوآوری سازمان تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین تأثیر سرمایه اجتماعی با میانجی‌گری انباشت دانش بر نوآوری سازمانی هم مورد تایید قرار گرفت. نقش تعدیل‌گری فرهنگ سازمانی در رابطه بین انباشت دانش و نوآوری سازمانی تایید نشد. اوزگن و همکاران (۲۰۲۲) در تحقیق خود به بررسی سرمایه اجتماعی و عملکرد سازمانی با نقش واسطه‌ای نوآوری سازمانی و سرمایه فکری پرداخته‌اند. نتایج نشان داد سرمایه اجتماعی نقش مهمی را در طول فعالیت‌های نوآوری ایفا می‌کند. الاوموش و همکاران (۲۰۲۲) در تحقیق خود با عنوان «شبکه‌سازی و ایجاد دانش: سرمایه اجتماعی و نوآوری مشترک در پاسخ به بحران Covid-19» به صورت تجربی نقش سرمایه اجتماعی در ایجاد نوآوری مشترک و هوش جمعی و حفظ پایداری سازمانی در بحران بی‌سابقه Covid-19 را بررسی کرده‌اند. نتایج

نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی به طور قابل توجهی بر نوآوری سازمانی و پایداری سازمان در طول بحران COVID-19 تأثیر می‌گذارد. همچنین، هوش جمعی به طور قابل توجهی بر نوآوری مشارکتی و پایداری سازمان تأثیر می‌گذارد. این مطالعه نشان داد سرمایه اجتماعی با نوآوری سازمانی و هوش جمعی ارتباط مثبت و معنی‌داری دارد. این نقش چنین توانایی‌های پویا در حفظ پایداری سازمانی و احتمال بهبودی از بحران‌های بی سابقه کووید ۱۹ را روشن می‌کند. میتز و همکاران (۲۰۲۲) تحقیقی با عنوان «بررسی ارتباط بین نقش سرمایه انسانی با سرمایه اجتماعی» انجام داده است. نتایج حاکی از تعامل پیچیده بین سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی است که منجر به تجربیات جدید در سازمان می‌باشد. بیشتر اوقات سرمایه اجتماعی با مشارکت در فعالیت‌های انجمن همراه بوده، در حالی که اگر از سرمایه انسانی محروم شوند، سرمایه اجتماعی کارایی نخواهد داشت.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی، از نظر نوع داده‌ها یک تحقیق کمی و از نظر روش اجرائی یک تحقیق همبستگی می‌باشد. داده‌های لازم به دو روش جمع‌آوری شدند: ۱- مطالعات کتابخانه‌ای ۲- مطالعات میدانی. در بخش کتابخانه‌ای از منابع مربوط از جمله کتب و مقالات تخصصی، مجلات و نشریات مرتبط با موضوع استفاده گردید و در قسمت مطالعات میدانی جهت جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه مربوط به سرمایه اجتماعی و نوآوری سازمانی و نگرش شغلی استفاده گردید. پرسشنامه سرمایه اجتماعی از پرسشنامه ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) (Ghoshal, 1998) با ۲۴ گویه، و برای سنجش انگیزش شغلی از پرسشنامه هاکمن و اولدهام (۱۹۷۶) با ۱۵ گویه، که همگی با طیف لیکرت پنج درجه‌ای از خیلی زیاد تا خیلی کم اندازه‌گیری می‌شوند، استفاده شد. همچنین، به منظور سنجش نوآوری، از پرسشنامه آمید و همکاران (۲۰۰۲) (Amid et al. 2002) استفاده گردید که متشکل از ۲۲ سوال و پنج بعد نوآوری محیطی، نوآوری رهبری، نوآوری فردی، نوآوری محیط- بازخورد، نوآوری فرد- بازخورد می‌باشد. جامعه تحقیق شامل ۶۸۴ نفر کارکنان تعاونی‌های روستایی استان مازندران بوده‌اند. حجم نمونه براساس جدول کرجسی و مورگان، ۲۴۶ نفر تعیین گردید و در انتخاب کردن نمونه، پنج متغیر زمینه‌شناختی یعنی سن، سابقه کار، جنسیت، تأهل لحاظ شد، که جهت احتیاط در ریزش پرسشنامه‌ها ده درصد به آن اضافه و نمونه‌ای معادل ۲۷۰ نفر در نظر گرفته شد. در نهایت پرسشنامه‌ها به روش تصادفی ساده بین نمونه آماری توزیع شد. پس از جمع‌آوری داده‌های لازم بوسیله پرسشنامه، همگی آنها کدگذاری شده، سپس وارد نرم افزار SPSS شده‌اند. آنگاه ضمن طبقه‌بندی آنها، آماره‌های توصیفی مربوط به داده‌ها محاسبه شده، و در نهایت به منظور تأیید یا رد فرضیات طراحی شده از نرم افزار SPSS19 برای محاسبه آلفای کرونباخ و از AMOS21 برای تعیین آزمون همبستگی معادلات ساختاری و بررسی روابط مستقیم و غیر مستقیم متغیرهای وابسته و مستقل استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

برای تبیین و شرح داده‌های جمع آوری شده در تحقیق، از آمار توصیفی استفاده می‌شود. جدول شماره ۱ ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخگویان به پرسشنامه‌های تحقیق را نشان می‌دهد.

جدول ۱. ویژگی جمعیت شناختی (آمار توصیفی) (Source:By author)

درصد فراوانی	فراوانی	گروه سنی
٪ ۲۲/۹	۵۹	۲۰ تا ۳۰ سال
٪ ۷۰/۳	۱۷۳	۳۱ تا ۴۰ سال
٪ ۵/۸	۱۴	۴۱ تا ۵۰ سال
		تحصیلات
٪ ۴/۶	۱۰	دیپلم و فوق دیپلم
٪ ۴۵/۱	۱۱۱	لیسانس
٪ ۳۰/۴	۷۵	فوق لیسانس
٪ ۲۰/۴۴	۳۶	دکتر
		سابقه کار
٪ ۵۲/۶	۱۲۸	۱ تا ۵ سال
٪ ۲۶/۴	۶۵	۶ تا ۱۰ سال
٪ ۱۰/۵	۲۶	۱۱ تا ۱۵ سال
٪ ۶/۰۹	۱۵	۱۶ تا ۲۰ سال
٪ ۴/۹۵	۱۲	۲۱ تا ۳۰ سال
۱۰۰	۲۴۶	مجموع

پایایی سازه و روایی سازه

برای اندازه‌گیری این نوع از پایایی، شاخص پایایی ترکیبی در مدل AMOS ارائه می‌شود. مقدار این شاخص باید بزرگتر یا مساوی ۰/۶ باشد. جدول شماره ۲ مقدار پایایی سازه را برای هریک از متغیرهای مکنون نشان می‌دهد.

جدول ۲. مقدار پایایی سازه برای هریک از متغیرهای مکنون (Source:By author)

متغیر	پایایی ترکیبی (CR)
سرمایه اجتماعی	۰/۷۶۱
انگیزش شغلی	۰/۸۷۴
نوآوری سازمانی	۰/۷۹۱

همانطور که مشاهده می‌شود، مقدار پایایی ترکیبی در جدول شماره ۲ نشان داده شده و ملاحظه می‌شود که این ضرایب همگی بالاتر از ۰/۶ می‌باشند. بنابراین، مدل اندازه‌گیری از پایایی سازه مناسبی برخوردار است. پایایی هریک از نشانگرهای متغیر مکنون، در مدل AMOS توسط میزان بارهای عاملی هر نشانگر مشخص می‌شود. روایی (اعتبار) همگرا در مدل AMOS توسط معیار میانگین واریانس استخراج شده مورد تحلیل قرار می‌گیرد. این شاخص نشان دهنده میزان واریانسی است که یک سازه (متغیر مکنون) از نشانگرهایش بدست می‌آورد. برای این معیار ماگنر (۱۹۸۱) مقادیر بیشتر از ۰/۴ را پیشنهاد می‌کنند؛ چرا که این مقدار تضمین می‌کند حداقل ۴۰ درصد واریانس یک سازه توسط نشانگرهایش تعریف می‌شود. در ادامه نتایج حاصل از بررسی روایی همگرا در جدول شماره ۳ ارائه شده است.

جدول ۳. روایی همگرای سازه‌های (متغیرهای مکنون) تحقیق (Source:By author)

متغیر	میانگین واریانس استخراج شده (AVE)
سرمایه اجتماعی	۰/۴۱۶
انگیزش شغلی	۰/۵۶۷
نوآوری سازمانی	۰/۴۹۷

با توجه به جداول ۲ و ۳ چون مقادیر CR از AVE بیشتر است و همچنین مقادیر AVE از ۰/۴ بیشتر است، بنابراین شرط روایی همگرایی برای تمامی سازه‌ها برقرار است.

جدول ۴. میزان بارهای عاملی برای نشانگرهای متغیرهای مکنون (Source:By author)

متغیر نشانگرها	سرمایه اجتماعی	نوآوری سازمانی	انگیزش شغلی	T
اعتماد اجتماعی	۰/۸۴۱			۱۲/۲۹۵
مشارکت اجتماعی	۰/۷۲۶			۱۱/۰۳۴
انجام اجتماعی	۰/۶۱۸			۸/۹۵۴
نوآوری محیطی		۰/۷۶۳		۱۱/۷۷۵
نوآوری رهبری		۱/۰۰		۸/۲۶۵
نوآوری فردی		۰/۶۶۹		۶/۵۷۴
نوآوری محیط - بازخورد		۰/۶۸۶		۴/۹۶۷
نوآوری فرد - بازخورد		۰/۷۲۰		۷/۶۳۳
تنوع مهارت			۰/۶۷۰	۷/۳۰۴
هویت وظیفه			۰/۶۲۵	۶/۹۳۴
اهمیت وظیفه			۰/۶۶۴	۷/۴۱۶
استقلال			۰/۶۲۸	۶/۹۰۷
بازخورد در نتایج			۰/۴۷۵	۷/۵۸۲

همان‌طور که در جدول شماره ۴ ملاحظه می‌شود، تمامی مقادیر سنجه‌های مرتبط با متغیر مکنون بالاتر از ۰/۵ است و یا اینکه تفاوت اندکی دارند. بنابراین، می‌توان گفت این مدل اندازه‌گیری از پایایی کافی در زمینه نشانگرهای متغیرهای مکنون برخوردار است. بعد از بررسی نشانگرهای سازه و اطمینان از شناسایی پذیر بودن مدل نوبت به ارزیابی برازش مدل می‌رسد.

جدول ۵. شاخص‌های برازش (Source: By author)

نام آزمون	توضیحات	مقادیر قابل قبول	مقدار به دست آمده
χ^2/df	کای اسکورنسبی	۳ < خوب ۵ < قابل قبول	۲/۵۳۷
RMSEA	ریشه میانگین توان دوم خطای تقریب	۰/۰۸ < خوب ۰/۱ > ضعیف	۰/۰۹۶
RMR	ریشه میانگین مجذور باقیمانده‌ها	۰/۱ <	۰/۰۸۶
GFI	شاخص برازندگی تعدیل یافته	۰/۹ >	۰/۸۱۶
IFI	شاخص برازش نرم	۰/۹ >	۰/۸۰۱
CFI	شاخص برازش مقایسه‌ای	۰/۹ >	۰/۹۰۱

با توجه به جدول ۵ مقدار RMR برابر با ۰/۰۸۶ می‌باشد، این مقدار کمتر از ۰/۱ است که نشان دهنده این است که میانگین مجذور خطاهای مدل مناسب است و مدل قابل قبول می‌باشد. همچنین مقدار کای دو به درجه آزادی (۲/۹۸۲) بین ۱ و ۳ می‌باشد و میزان شاخص CFI نیز از ۰/۹ بیشتر می‌باشد. به طور کلی زمانی که حداقل سه شاخص مقادیری در بازه قابل قبول داشته باشند، می‌توانیم ادعا کنیم که برازش مدل خوب و قابل قبول است. پایایی سازه این امکان را فراهم می‌سازد تا سازگاری درونی شاخص‌هایی که یک مفهوم را می‌سنجند بررسی شود. جدول ۶ مقدار پایایی سازه را برای هریک از متغیرهای مکنون نشان می‌دهد.

جدول ۶. مقدار پایایی سازه برای هریک از متغیرهای مکنون (Source: By author)

متغیر	پایایی ترکیبی (CR)	Q ²
سرمایه اجتماعی	۰/۷۶۱	۰/۴۳
انگیزش شغلی	۰/۸۷۴	۰/۵۵
نوآوری سازمانی	۰/۷۹۱	۰/۴۸

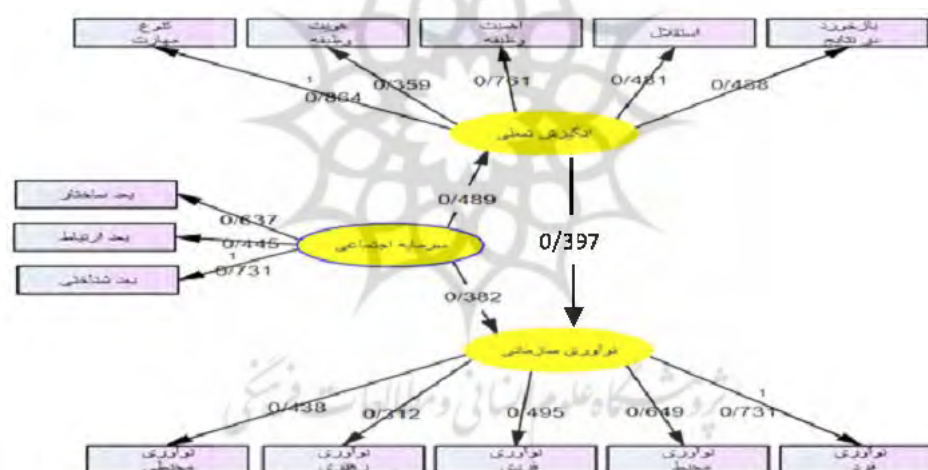
همان‌طور که مشاهده می‌شود، مقدار پایایی ترکیبی در جدول شماره ۶ نشان داده شده و ملاحظه می‌شود که این ضرایب همگی بالاتر از ۰/۶ می‌باشند. مقدار Q² مربوط به سازه‌های درون‌زا در جدول ۶ نشان داده شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، سازه‌های سرمایه اجتماعی، انگیزش شغلی و نوآوری سازمانی دارای مقادیر بالای ۰/۳۵ می‌باشند؛ در نتیجه قدرت پیش‌بینی آنها قوی محاسبه شده است. بنابراین، مدل اندازه‌گیری از پایایی سازه مناسبی برخوردار است. روایی (اعتبار) همگرا در مدل AMOS توسط معیار میانگین واریانس استخراج شده (AVE) مورد تحلیل قرار

می‌گیرد. این شاخص نشان دهنده میزان واریانسی است که یک سازه (متغیر مکنون) از نشانگرهایش بدست می‌آورد. برای این معیار ماگنر (۱۹۸۱) مقادیر بیشتر از ۰/۴ را پیشنهاد می‌کنند چرا که این مقدار تضمین می‌کند حداقل ۴۰ درصد واریانس یک سازه توسط نشانگرهایش تعریف می‌شود.

جدول ۷. روایی همگرایی سازه‌های (متغیرهای مکنون) تحقیق (Source:By author)

متغیر	میانگین واریانس استخراج شده (AVE)
سرمایه اجتماعی	۰/۴۱۶
انگیزش شغلی	۰/۵۶۷
نوآوری سازمانی	۰/۴۹۷

جهت بررسی فرضیه اصلی تحقیق (سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی با نقش میانجی انگیزش شغلی در سازمان‌های تعاونی تأثیر دارد) از نرم افزار AMOS استفاده گردیده است. نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها در نمودار شماره ۱ نمایش داده شده است.



نمودار ۱. مدل معادلات ساختاری تأثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی با نقش میانجی انگیزش شغلی (Source:By author)

جدول ۸. برآورد ضرایب رگرسیونی (Source:By author)

نام مسیر	برآورد مسیر	نسبت بحرانی (C.R)	P
سرمایه اجتماعی <--- نوآوری سازمانی	۰/۳۸۲	۲/۴۵۳	۰/۰۱۴
سرمایه اجتماعی <--- انگیزش شغلی	۰/۴۸۹	۵/۹۳۳	***
نوآوری سازمانی <--- انگیزش شغلی	۰/۳۹۷	۳/۳۷۵	۰/۰۱۸

نتیجه آزمون فرضیه اول، در ارتباط با بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی با نقش میانجی انگیزش شغلی، نشان می‌دهد که رابطه معناداری در سطح ۰/۰۵ وجود داشت و مقدار آن برابر با ۰/۳۸۲ بود. فرضیه دوم یعنی رابطه بین متغیر میانجی و وابسته نیز برابر ۰/۴۸۹ است که در سطح ۰/۰۵ معنادار است و بر اساس فرضیه سوم، میزان

ضریب تأثیر متغیر سرمایه اجتماعی بر انگیزش شغلی برابر با ۳۹۷ بود. اکنون از آزمون سوبل برای بررسی مسیر غیرمستقیم استفاده خواهد شد.

جدول ۹. اثرات مستقیم و غیر مستقیم متغیرها بر اساس خروجی آموس برای متغیر میانجی انگیزش (Source: By author)

مسیرها	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	اثر کل
سرمایه اجتماعی ---> نوآوری سازمانی	۰/۳۸۲	۰/۰۱۲	۰/۳۹۴
سرمایه اجتماعی ---> انگیزش شغلی	۰/۴۸۹	---	۰/۴۸۹
نوآوری سازمانی ---> انگیزش شغلی	۰/۳۹۷	---	۰/۳۹۷

نتایج خروجی جدول ایموس حاکی از آن است که اثر غیر مستقیم سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی برابر با ۰/۰۱۲ می باشد. به عبارت دیگر، متغیر انگیزش شغلی به عنوان یک متغیر واسطه‌ای عمل می کند و نقش مثبت و مؤثری دارد.

بحث و نتیجه گیری

مطابق نتایج بدست آمده از تحلیل داده‌ها، سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی تأثیر دارد. این نتیجه با نتایج تحقیق فراهانی و همکاران (۱۴۰۰) هم‌راستا می باشد. همچنین، تأثیر سرمایه اجتماعی با میانجی‌گری انباشت دانش بر نوآوری سازمانی هم مورد تأیید قرار گرفت. احمدزاده و همکاران (۱۳۹۹) به این نتیجه رسیدند که سرمایه اجتماعی به طور مستقیم بر نوآوری سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی تأثیر دارد. همچنین، سرمایه اجتماعی به طور غیرمستقیم از طریق مدیریت منابع انسانی پایدار بر نوآوری سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی تأثیر دارد. حمیدی زاده و همکاران (۱۳۹۶) نیز نشان داده‌اند که سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی و استراتژی‌های دوگانه مدیریت دانش و استراتژی‌های دوگانه مدیریت دانش بر نوآوری سازمانی تأثیر مثبت و معنادار می گذارد. طبق نتایج تحقیق اوزگن و همکاران (۲۰۲۲) سرمایه اجتماعی و نوآوری سازمانی در ارتباط متقابل می باشند. نتایج تحقیقات آلودوش و همکاران (۲۰۲۲) نشان داد که سرمایه اجتماعی به طور قابل توجهی بر نوآوری سازمانی و پایداری سازمان در طول بحران کرونا تأثیر می گذارد. نتایج پژوهش اوزگان و همکاران (۲۰۲۲) نشان می دهد که بین سرمایه اجتماعی و نوآوری ارتباط مثبتی وجود دارد. همچنین، با استفاده از نوآوری در سازمان می توان در مقابل عوامل داخلی و خارجی مقاومت نمود و این مقاومت سازمانی موجب فروش بیشتر می گردد. نتایج پژوهش ژانگ و همکاران (۲۰۲۲) نشان داد نشان داد که سرمایه اجتماعی با نوآوری سازمانی در مناطق توسعه یافته ارتباط دارد که هم سو با نتایج این تحقیق می باشد.

نتایج تحقیق نشان داد که سرمایه اجتماعی با انگیزش شغلی ارتباط دارد. این نتیجه با نتایج تحقیق کریمی و همکاران (۱۳۹۷) که نشان داده‌اند تعهد سازمانی نقش میانجی در رابطه بین سرمایه اجتماعی و انگیزش شغلی با عملکرد شغلی کارکنان در سازمان جهاد کشاورزی استان همدان ایفا می کند، هم‌راستا است. در نتیجه می توان گفت با بهبود تعهد کارکنان از طریق عواملی چون سرمایه اجتماعی و انگیزش شغلی، می توان عملکرد شغلی آنان را بهبود داد.

تانر و همکاران (۲۰۲۲) نشان داده‌اند که سرمایه اجتماعی مانع مقاومت سازمانی می‌شود. به همین ترتیب، این مطالعه تعامل بین منابع روانشناختی و اجتماعی در تسهیل بهبود سازمانی در طول کرونا با استفاده از ظرفیت‌ها و فعالیت‌های انگیزش شغلی را برجسته می‌کند. کیم و همکاران (۲۰۲۲) به بررسی سرمایه اجتماعی، انگیزه شغلی و تأثیر آن بر تعهد سازمانی پرداخته‌اند. تجزیه و تحلیل از داده‌ها، نشان داد که انگیزه شغلی با تعهد سازمانی رابطه معنی‌داری دارد.

تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی با انگیزه شغلی ارتباط دارد. تعهد سازمانی نقش میانجی بین سرمایه اجتماعی و انگیزه شغلی را دارد. رودریگو (۲۰۲۲) در تحقیق خود به تجزیه و تحلیل محرک‌های کلیدی انگیزشی شغلی که به نوآوری سازمانی منجر می‌گردد با نقش واسطه‌ای تعهد سازمانی پرداخت. نوآوری سازمانی یک شبکه سازمانی ایجاد کرده است که مسئول تحریک مداخلات در عرصه اقتصادی و اجتماعی است. مبتکران به دنبال انجام اقدامات اجتماعی به روشی پایدار هستند. پایداری دلالت بر این دارد که سیاست‌های عمومی باید نتیجه محور باشد و کالاها و خدمات اجتماعی نوآورانه در فعالیت بازار گنجانده شوند.

در عصر حاضر که بازارهای رقابتی برای رسیدن به بالاترین سطح پیشرفت تلاش می‌کنند، تمرکز اصلی سازمان‌ها بر نوآوری می‌باشد. نوآوری نیازمند تلاش دسته جمعی کلیه افراد و واحدهای درون سازمان است و سرمایه اجتماعی سازمانی نیز از طریق تسهیل کنش جمعی منجر به خلق نوآوری در سازمان می‌شود. تعاونی‌های شهر و روستا برای اینکه بتوانند به نوآوری برسند، باید به صورت دسته جمعی تلاش نمایند و این ممکن نمی‌شود جز با سرمایه اجتماعی سازمانی و این دو متغیر مکمل هم می‌باشند. سرمایه اجتماعی در تعاونی‌های شهر و روستا، وسیله تشویق و برانگیزاننده کارکنان می‌باشد، که عمل جمعی کارکنان را هدایت می‌نماید و انسجام درونی و تعقیب مستمر اهداف مشترک را تضمین می‌نماید.

سازمان تعاونی‌های شهر و روستا برای رسیدن به سازمان نوآور باید نوآوری را به پنج دسته مختلف از قبیل محصولات جدید، روش‌های جدید تولید، منابع جدید تأمین، بهره‌برداری از بازارهای جدید و راه‌های جدید سازماندهی کسب و کار طبقه‌بندی نمایند. اما برای اینکه افراد سازمان تمرکز بیشتری بر کار خود داشته باشند، باید انگیزش شغلی داشته باشند و این امر موجب تمایل بیشتر برای انجام بهتر امور سازمان می‌گردد. براساس نتایج بیان شده می‌توان گفت ماهیت سازمان تعاونی‌های شهر و روستا ایجاب می‌نماید که کارکنان این سازمان نسبت به اهمیت شغل خود توجه داشته باشند. از جمله اهداف از تشکیل تعاونی‌ها روستایی تجمیع سرمایه‌ها، تأمین نهاده‌های مشترک کشاورزی به صورت عمده و استفاده از تخفیف در خرید آن و هماهنگی و هم افزایی در بازاریابی و فروش محصولات کشاورزی می‌باشد به طوری که بیشترین سود به کشاورزان که زحمت اصلی تولید محصول را برعهده دارند برسد. در نتیجه برای رسیدن به این هدف نوآوری رکن مهمی می‌باشد.

پیشنهادهای پژوهش

- (۱) با توجه به اینکه نتیجه فرضیه تحقیق نشان داد بین سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی با نقش میانجی انگیزش شغلی در سازمان تعاونی روستایی (مطالعه موردی تعاونی روستایی مازندران) ارتباط معناداری وجود دارد، بنابراین پیشنهاد می‌گردد توجه به نیازها و خواسته‌های کارکنان در جهت اهداف سازمانی مورد توجه مدیران قرار گرفته و موجب انگیزش شغلی کارکنان می‌شود. مدیران موفقیت‌ها، نتایج و دستاوردهای سازمان را به کارکنان اطلاع داده و از اقدامات آنها تقدیر به عمل آورده شود و از طریق هدایا، کارکنان دیگر را به انجام این اقدامات تحریک کنند.
- (۲) با توجه به اینکه نتیجه فرضیه تحقیق نشان داد بین سرمایه اجتماعی و نوآوری سازمانی ارتباط معناداری وجود دارد، بنابراین پیشنهاد می‌گردد بین اعضای سازمان کار گروهی افزایش یافته و تعاملات سازمان‌های تعاونی روستایی نیز با سایر سازمان‌ها افزایش یابد تا سطح سرمایه اجتماعی بالاتر از حد موجود ایجاد گردد و نوآوری سازمان نیز افزایش یابد.
- (۳) با توجه به اینکه نتیجه فرضیه تحقیق نشان داد بین سرمایه اجتماعی و انگیزش شغلی ارتباط معناداری وجود دارد، بنابراین پیشنهاد می‌گردد جهت افزایش انگیزش کارکنان تعاونی‌ها سعی گردد به افراد فعال در سازمان سیستم پاداش داشته باشد تا انگیزش بیشتری برای کارکنان ایجاد گردد.
- (۴) با توجه به اینکه نتیجه فرضیه تحقیق نشان داد بین نوآوری سازمانی و انگیزش شغلی ارتباط معناداری وجود دارد، بنابراین پیشنهاد می‌گردد توانایی نیروی کارکنان از طریق آموزش، نظام شایسته سالاری و ارزیابی منظم و متناوب کارکنان و گرفتن بازخورد افزایش یابد.
- (۵) با توجه به اینکه نتیجه فرضیه تحقیق نشان داد بین نوآوری سازمانی و انگیزش شغلی ارتباط معناداری وجود دارد، بنابراین پیشنهاد می‌گردد توانایی نیروی کارکنان از طریق آموزش، نظام شایسته سالاری و ارزیابی منظم و متناوب کارکنان و گرفتن بازخورد افزایش یابد.

مشارکت نویسندگان

تمام نویسندگان به نسبت سهم برابر در این پژوهش مشارکت داشته‌اند.

تأیید اخلاقی

رضایت کتبی آگاهانه از افراد برای انتشار اطلاعات ناشناس آنها در این مقاله اخذ شده است.

تعارض منافع

هیچ‌گونه تعارض منافع توسط نویسندگان بیان نشده است.

References

- Ahmadzadeh, S., & Shekoh, Z. (2019). The role of social capital in realizing organizational innovation and organizational citizenship behavior by explaining the mediating role of sustainable human resource management. *Innovation Management in Defense Organizations*, 3(3), 151-178.
- Al-Omoush, K. S., Ribeiro-Navarrete, S., Lassala, C., & Skare, M. (2022). Networking and knowledge creation: Social capital and collaborative innovation in responding to the COVID-19 crisis. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(2), 100181.
- Chan, S. W., Ang, S. F., Andleeb, N., Ahmad, M., & Zaman, I. (2019). The influence of transformational leadership on organization innovation in Malaysian manufacturing industry. *International Journal of Supply Chain Management*, 8(2), 971-976.
- Chen, D., Gao, H., & Ma, Y. (2021). Human capital-driven acquisition: evidence from the inevitable disclosure doctrine. *Management Science*, 67(8), 4643-4664.
- Dahmardeh, M. R., Pourshahabi, V., Kamalian, A. R., & Salaerzahi, H. (2024). Presenting a model for the establishment and maintenance of expert human resources in the government organizations of Sistan and Baluchestan province. *Management and Educational Perspective*, 6(3), 267-281. <https://doi.org/10.22034/jmep.2024.472390.1401> [In Persian]
- Formehini, F., A. M. F., & SA, K. (2021). The effect of social capital on AJA organizational innovation with the mediating role of knowledge accumulation ability and the moderating role of organizational culture. *Defense Human Capital Management*, 1(2), 17-42.
- Hamidzadeh, A., Kochzadeh, Z., & Haj Karimi, F. (2016). Examining the effect of social capital on organizational innovation with emphasis on the mediating role of dual knowledge management strategies. *Scientific Journal "Social Capital Management"*, 4(1), 75-94. <https://doi.org/10.22059/jscm.2017.236724.1408>
- Hasan, I., Hoi, C.-K. S., Wu, Q., & Zhang, H. (2020). Is social capital associated with corporate innovation? Evidence from publicly listed firms in the US. *Journal of Corporate Finance*, 62, 101623.
- Karimi, S. T., Karmi, A., & Ali Panahian, F. (2020). Investigating the role of social capital in the success of the women's production cooperative of Dana city. *Cooperative and Agriculture Quarterly*, 11(44), 42-55. <https://doi.org/10.22034/ajcoop.2023.320690.1758>
- Kim, S. S., Pak, J., & Son, S. Y. (2023). Do calling-oriented employees take charge in organizations? The role of supervisor close monitoring, intrinsic motivation, and organizational commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 140, 103812.
- Li, K., Qiu, B., & Shen, R. (2018). Organization capital and mergers and acquisitions. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 53(4), 1871-1909.
- Martinez-Conesa, I., Soto-Acosta, P., & Palacios-Manzano, M. (2017). Corporate social responsibility and its effect on innovation and firm performance: An empirical research in SMEs. *Journal of cleaner production*, 142, 2374-2383.
- Mohammadzadeh, S., & Talebi, J. (2020). Experimental measurement and comparison of social capital between farmers who are members and non-members of production cooperatives. *Cooperative and Agriculture Quarterly*, 12(46), -. <https://doi.org/10.22034/ajcoop.2023.296773.1794>

- Mohebi, P. (2018). Investigating the relationship between knowledge sharing and innovation in financial service organizations (the case of workers' welfare). Master's Thesis of Information Technology Management, Shahid University.
- Oeij, P. R., Hulsegge, G., & Preenen, P. T. (2022). Organisational mindfulness as a sustainable driver of employee innovation adoption: Individual and organisational factors. *Safety science*, 154, 105841.
- Ozgun, A. H., Tarim, M., Delen, D., & Zaim, S. (2022). Social capital and organizational performance: The mediating role of innovation activities and intellectual capital. *Healthcare Analytics*, 2, 100046.
- Rahbari, M., Samii, R., Ashrafi, M., & Shujaei, S. (2017).). Identifying the components of organizational innovation in the country's dairy cooperatives using the fuzzy Delphi method. *Cooperative and Agriculture Quarterly*, , 7(28), 1-24. <https://doi.org/doi:10.22034/ajcoop.2019.84463>
- Rodrigo, L., Ortiz-Marcos, I., Palacios, M., & Romero, J. (2022). Success of organisations developing digital social innovation: Analysis of motivational key drivers. *Journal of Business Research*, 144, 854-862.
- Swede, S. W., & Gough, H. G. (1984). Transformations from adjectives to Scales for the Adjective Check List (ACL): ACLTRANS FORTRAN IV program. *Behavior Research Methods, Instruments, & Computers*, 16(1), 1-2.
- Tanner, S., Prayag, G., & Kuntz, J. C. (2022). Psychological capital, social capital and organizational resilience: A Herringbone Model perspective. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 78, 103149.
- Ulhøi, J. P. (2004). Open source development: a hybrid in innovation and management theory. *Management Decision*, 42(9), 1095-1114.
- Zarei, H. (2017). meta-analysis of the relationship between social capital and knowledge management. *Science Science*, 42(11), pp. 11-98.
- Zhang, L., & Huang, S. (2022). Social capital and regional innovation efficiency: The moderating effect of governance quality. *Structural Change and Economic Dynamics*, 62, 343-359.