



# 3<sup>rd</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

19 November 2021 | Penang, Malaysia

## بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت و کارایی سازمان

الهام محمد اسمعیلی

دانشجوی دکتری مدیریت فرهنگی دانشگاه آزاد تهران شمال ، تهران، ایران.

### چکیده

سرمایه اجتماعی از مفاهیم نوینی است که نقش مهمتری نسبت به سرمایه فیزیکی و انسانی در سازمان ها ایفا می کند. خلاقیت و کارایی به عنوان دو مفهومی بیان می شوند که برخلاف یکدیگر هستند، با این حال، هر دو برای حفظ رقابت پذیری یک سازمان، لازم و ضروری هستند. هدف این پژوهش بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت و کارایی در سازمان می باشد. روش پژوهش از لحاظ نوع پژوهش، کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده ها پیمایشی است و به لحاظ روابط بین متغیرها از نوع همبستگی است. جامعه آماری را کارکنان سازمان میراث فرهنگی و گردشگری تشکیل داده اند. در این پژوهش حجم نمونه با توجه به جامعه بر اساس جدول کرجسی و مورگان ۱۴۷ نفر انتخاب گردیده است. داده ها با نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است و همچنین به منظور آزمون فرضیه های پژوهش از آزمون پارامتریک (رگرسیون خطی) استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان داد که سرمایه اجتماعی بر خلاقیت و کارایی سازمانی تاثیر مثبت دارد و همچنین خلاقیت سازمانی بر کارایی سازمانی در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری نیز تاثیر مثبت و معناداری دارد.

**کلید واژه:** سرمایه اجتماعی، خلاقیت، کارایی، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری

### ۱-۱- مقدمه

نظریه های اقتصاد تحولات بزرگی در قرن بیست و یکم پدید آورده است؛ این تحولات که نقش زیادی در توسعه و رشد سازمان ها دارند، شکل های سنتی سرمایه مانند ساختمان ها و تجهیزات را تحت تاثیر قرار داده اند و سرمایه غیر ملموس و جدیدی را مطرح کرده اند. برخی از این سرمایه ها عبارت اند از: سرمایه انسانی، سرمایه مشتری، سرمایه هوشی، سرمایه سلامتی و سرمایه اجتماعی. به عقیده برخی از محققان سرمایه اجتماعی از دو کلمه سرمایه و جامعه تشکیل شده است، یعنی این نوع سرمایه شخصی نیست و در اجتماع شکل می گیرد (حیدری و رستمی<sup>۱</sup>، ۲۰۱۲).



# 3<sup>rd</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

19 November 2021 | Penang, Malaysia

برخی دیگر از جامعه شناسان، سرمایه اجتماعی را شامل شبکه های اجتماعی و ارتباطات می دانند که می تواند با به اشتراک گذاشتن اطلاعات میان افراد جامعه یا سازمان، حس اعتماد و مشارکت و همکاری را میان آنها به وجود آورد (خسروی<sup>۲</sup>، ۲۰۱۴). با استفاده از سرمایه اجتماعی می توان دریافت که چرا سازمان یا مجموعه ای در مسیر پیشرفت قرار می گیرد. لذا سرمایه اجتماعی را می توان در کنار سرمایه های اقتصادی و انسانی، بخشی از ثروت ملی به حساب آورد که بستر مناسبی برای نیل به موفقیت قلمداد می شود (سیگلر<sup>۳</sup>، ۲۰۱۴).

به موضوع خلاقیت از منظرهای مختلفی نگریسته شده است. خلاقیت به عنوان یک موضوع آموزشی، به مانند موضوع انگیزشی و به عنوان شرط بقا در دوران فرا صنعت، مورد توجه و عنایت برنامه ریزان جامعه قرار گرفته است (منطقی، ۱۳۹۱). امروز خلاقیت به یک ضرورت و پایه ای برای موفقیت فرد، سازمان و کشور تبدیل شده است چرا که خلاقیت، تنها به موضوع نوآوری مربوط نمی شود، بلکه همه ی فعالیت ها و افکار را تحت تاثیر قرار می دهد (دائود و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۶).

در این پژوهش به دنبال پاسخ به این سوالی هستیم که آیا سرمایه اجتماعی بر خلاقیت و کارایی افراد در سازمان موثر است یا خیر؟

## ۲-۱- ضرورت و اهمیت تحقیق

مطالعات زیادی وجود دارند که رابطه ی بین سرمایه ی اجتماعی و خلاقیت سازمانی را مورد بررسی قرار داده اند، با این حال، جدا از مطالعات صورت گرفته در اروپا، رابطه ی بین سرمایه ی اجتماعی و کارایی سازمانی هنوز به طور کافی و کامل کشف نشده است. همچنین مطالعه ای در این زمینه در ایران وجود ندارد، اگرچه رابطه ی بین خلاقیت سازمانی و کارایی سازمانی در بخش های مختلف مورد مطالعه قرار گرفته است، اما تاثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت و کارایی در شرکت های ایرانی مورد استفاده قرار نگرفته است. با توجه به اهمیت این موضوع در این پژوهش به بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت و کارایی در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری می پردازیم.

## ۳-۱- اهداف تحقیق

### ۴-۱- هدف اصلی

- بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت و کارایی سازمانی در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری

### ۵-۱- اهداف جزئی

- بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت سازمانی در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری
- بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر کارایی سازمانی در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری
- بررسی تاثیر خلاقیت سازمانی بر کارایی سازمانی در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری

### ۶-۱- اهداف کاربردی

از دستاوردهای پژوهش فوق تمامی مدیران سازمان میراث فرهنگی و گردشگری بهره مند خواهند شد.

<sup>۲</sup> Khosravi

<sup>۳</sup> Siegler

<sup>۴</sup> Daud and all



# 3<sup>rd</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

19 November 2021 | Penang, Malaysia

## ۷-۱- فرضیه های تحقیق

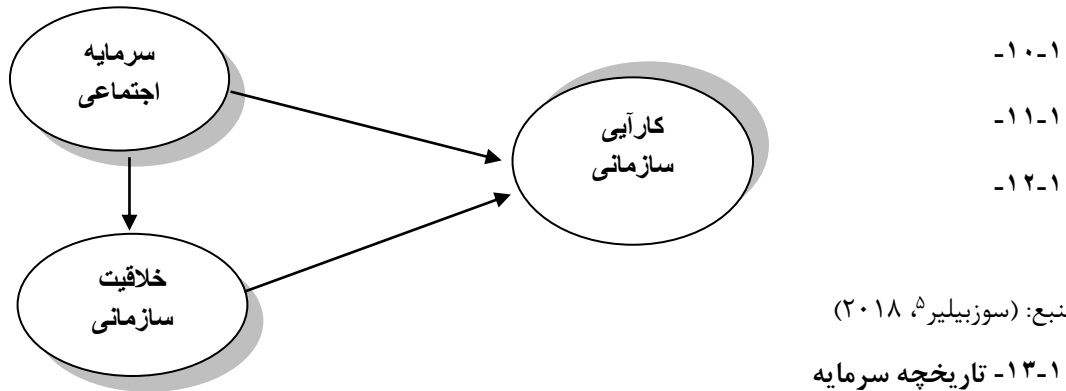
### ۸-۱- فرضیه اصلی

- سرمایه اجتماعی بر خلاقیت سازمانی و کارایی سازمان در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری تاثیر دارد.

### ۹-۱- فرضیه های فرعی

- سرمایه اجتماعی بر خلاقیت سازمانی در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری تاثیر دارد.
- سرمایه اجتماعی بر کارایی سازمانی در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری تاثیر دارد.
- خلاقیت سازمانی بر کارایی سازمانی در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری تاثیر دارد.

## مدل مفهومی



منبع: (سوزبیلیر<sup>۵</sup>، ۲۰۱۸)

## ۱۳-۱- تاریخچه سرمایه

### اجتماعی

دغدغه تنزل روابط اجتماعی، از جمله موضوعاتی است که به کرات در جامعه‌شناسی کلاسیک و معاصر به چشم می‌خورد. به نظر زیمل نتیجه چنین شرایطی، ناپایداری روابط و کاهش اعتماد اجتماعی است. این ایده تنزل روابط اجتماعی نخستین، همچنان در کانون توجه جامعه‌شناسان قرار دارد. جامعه‌شناسان معاصر برای بررسی کمیت و کیفیت روابط اجتماعی از مفهوم سرمایه اجتماعی بهره جسته‌اند (شارع‌پور، ۱۳۸۰؛ ۱۲۰).

ریشه کار صاحب‌نظران این نظریه را باید در تئوری‌های کلاسیک جامعه‌شناسی جستجو کرد. در واقع سرمایه اجتماعی سابقه تاریخی زیادی دارد و جامعه‌ای نو برای تئوری‌های قدیمی‌تر به شمار می‌رود. جامعه‌شناسان اولیه درباره انتقال از گمیشافت<sup>۶</sup> به گزلسافت<sup>۷</sup> با تأثیر زندگی شهری در حیات انسانی نظرات فراوانی ابراز داشته‌اند. به نظر زیمل<sup>۸</sup> فرایندهایی نظیر تقسیم کار فزاینده، عقلانیت مفرط، سلطه روزافزون و نظایر آن سبب پیدایش افسردگی و احتیاط در روابط اجتماعی موجود در کلان شهر شده است، در حالت دلزدگی فرد قادر نیست تفاوت‌ها را دریابد. برای چنین فردی همه انسان‌ها در یک سطح و بدون تمایز ظاهر می‌شوند در چنین شرایطی اهمیت زندگی از بین می‌رود. تمام امور و فعالیت‌ها یکنواخت می‌شود و رضایت از زندگی کاهش می‌یابد. به موازات افزایش افراد و تراکم فیزیکی، روابط چهره به چهره کارکرد خود را از دست داده و جای خود را به روابط دیگری می‌دهند. به نظر زیمل، نتیجه چنین شرایطی ناپایداری روابط و کاهش اعتماد اجتماعی است (همان؛ ۱۲۰).

<sup>۵</sup> Sozbilir

<sup>۶</sup>- Gemeinschaft

<sup>۷</sup>- Gessellschaft

<sup>۸</sup>- George simmel



# 3<sup>rd</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

19 November 2021 | Penang, Malaysia



همزمان با کار زیمل، دیدگاه جدیدی نسبت به روابط اجتماعی بعنوان منبعی از معنا و نظم در کار جامعه‌شناس پیشکسوت فرانسوی امیل دورکیم<sup>۹</sup> آشکار گردید. دورکیم این اندیشه را با بحث گذار طولانی مدت از همبستگی مکانیکی<sup>۱۰</sup> به ارگانیکی<sup>۱۱</sup> مطرح کرد. برای او در گذشته انسجام از نوع مکانیکی بوده به خاطر این که آن فاقد قوه تفکر و از روی عادت و مبتنی بر الزامات و ساختار ثابتی از ارباب و رعیت بوده است. در این ساختار همه از پایگاه و موقعیت خود و همچنین موقعیت دیگران باخبر بودند و بعلاوه همه مردم عقاید یکسانی دارند که بر پایه مذهب است اما در انسجام ارگانیکی ساختار اجتماعی، ساختاری پیچیده است و تقسیم کار پیشرفته‌ای دارند (یان کرایب، ۱۳۸۲؛ ۱۲۷).

همان‌طور که مشخص است در نگاه دورکیم نیز در روند گذار از جوامع مکانیکی به ارگانیکی شاهد نوع تغییر در نوع روابط افراد جامعه هستیم. بطوری که در جوامع ارگانیکی به دلیل ارتباط مستقیم و چهره به چهره فرد میزان مرادوات و ارتباط افراد با یکدیگر بیشتر بوده لذا سرمایه اجتماعی نیز بیشتر بوده است. بطوری که وی در بررسی خود بین خودکشی و همبستگی اجتماعی نوعی رابطه را بیان می‌دارد و می‌گوید که خودکشی در دوره‌های تغییر اجتماعی افزایش می‌یابد که ناشی از سست شدن بافت اجتماعی و تضعیف پیوندهای اجتماعی است.

در نظر مارکس<sup>۱۲</sup> نیز آگاهی طبقاتی پرولتاریا - به طبقه برای خود- منجر به انسجام درونی شده که در نتیجه خودآگاهی از استثماری است که توسط سرمایه‌دارانی بوجود آمده است که این انسجام بعنوان یک منبع سرمایه اجتماعی در واکنش به موقعیتی نشان دادن یک طبقه از مردم ناشی می‌شود.

۴

هم‌چنین الکسی دو توکویل<sup>۱۳</sup> در تشریح دموکراسی آمریکا به نقش زندگی انجمنی و نقش آن در پیشرفت اقتصادی آمریکا اشاره دارد. از نظر وی انجمن‌های داوطلبانه یک چسب اجتماعی ایجاد کرده که به پیوستگی آمریکایی‌ها کمک کرده در حالی که در اروپا پیوندهای رسمی موقعیت و تکلیف در قالب روابط سنتی و سلسله مراتب افراد را در کنار هم نگه می‌داشت (فیلد، ۱۳۸۸؛ ۱۳) به اعتقاد وی زندگی انجمنی یکی از شالوده‌های مهم نظم اجتماعی در یک نظام به نسبت باز است و میزان بالای تعهد مدنی، از بروز استبداد جلوگیری کرده و به مردم آموخته که چطور در زندگی مدنی همکاری نمایند.

در یک نگاه کلی، می‌توان گفت که نویسندگان کلاسیک در پی درک این موضوع بودند که چگونه انسان‌ها ساختارهای اجتماعی پایدار و الگوهای رفتاری را در جهانی که به نظر آنها شهری شدن، صنعتی شدن، عقلانیت عملی پایه‌های سنتی نظم از جمله عادت، ایمان، اطلاعات بدون فکر را از بین برده‌اند ایجاد نمایند. با این حال بطور دقیق به حوزه‌هایی که مفهوم سرمایه اجتماعی به آنها اشاره دارد توجه نکرده یا حداقل به تفصیل آنها را بررسی ننموده‌اند. لذا اصل مفهوم سرمایه اجتماعی در مقاله شخصی به نام هانی فن<sup>۱۴</sup> در سال ۱۹۱۶ که در آموزش و پرورش ایالت ویرجینیای آمریکا خدمت می‌کرد بکار گرفته شد. از نظر وی سرمایه اجتماعی شامل دارایی‌هایی است که در زندگی روزانه افراد وجود دارند و به ابعادی مانند: حسن نیت، رفاقت، دوستی و همدردی میان افراد و خانواده‌ها اشاره دارد (غفاری، ۱۳۸۸؛ ۸۰). پس از آن تا حدود نیم قرن این نظریه مسکوت

<sup>۹</sup>- Emile Durkheim

<sup>۱۰</sup>- Mechanical Solidarity

<sup>۱۱</sup>- Organical solidarity

<sup>۱۲</sup>- Karl Marx

<sup>۱۳</sup>- Alexis de toqueville

<sup>۱۴</sup>- Hanifan





# 3<sup>rd</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

19 November 2021 | Penang, Malaysia



ماند تا آنکه جین جاکوب<sup>۱۵</sup> در اواخر در سال ۱۹۶۱ در اثر خود بنام «مرگ و زندگی در شهرهای بزرگ آمریکا» درباره آن بحث کرد. وی سرمایه اجتماعی را شبکه‌های اجتماعی فشرده‌ای می‌داند که در محدوده‌های قدیمی شهری در ارتباط با حفظ نظافت، عدم وجود جرم و جنایت خیابانی و دیگر تصمیمات در خصوص بهبود کیفیت زندگی در مقایسه با نیروهای حفاظتی و پلیس مسئولیت بیشتری از خود نشان می‌دهند. وی خاطرنشان می‌سازد که "شبکه‌ها، سرمایه اجتماعی غیر قابل جایگزین برای شهر هستند هر وقت که این سرمایه به هر دلیلی از بین رفت درآمد ناشی از آن نیز از بین می‌رود و این درآمد بر نمی‌گردد مگر این که سرمایه جدیدی به آهستگی و به گونه‌ای غیرقابل پیش‌بینی جمع شود (به نقل از دلفروز، ۱۳۸۷؛ ۹۹). گلن لوری<sup>۱۶</sup> اقتصاددان و ایوان لایت<sup>۱۷</sup> جامعه‌شناس اصطلاح سرمایه اجتماعی را در دهه ۱۹۷۰ برای توصیف مشکل توسعه اقتصاد درون شهری بکار بردند.

اولین توضیح و تفسیر یکپارچه از این اصطلاح توسط بورديو و در سال ۱۹۷۲ انجام شد. وی در تعریف خود از سرمایه اجتماعی تأکیدش بیشتر بر روی شبکه‌های اجتماعی است که دسترسی به منابع گروهی را فراهم می‌کنند. در دهه ۱۹۸۰ جیمز کلمن فصل مهمی از کتاب خود با نام «بنیادهای نظریه اجتماعی» را به بحث سرمایه اجتماعی اختصاص داد و در سراسر این کتاب نیز به توضیح عناصر و اجزای آن پرداخت. در دهه ۱۹۹۰ مفهوم سرمایه اجتماعی توسط بانک جهانی و کتاب «بولینگ تنهایی»<sup>۱۸</sup> رابرت پوتنام معروف شد (پیراهری، ۱۳۸۸؛ ۱۱۱-۱۱۰). طی سال‌های ۱۹۹۰ به این سو مفهوم و نظریه‌های سرمایه اجتماعی با استقبال قابل توجه اندیشمندان و محققان رشته‌های مختلف علوم اجتماعی مواجه شده است. بطوری که تعداد مقالات علمی مربوط به سرمایه اجتماعی قبل از سال ۱۹۸۱ در مجموع ۲۰ مقاله، از سال ۱۹۹۱ تا ۱۹۹۵ به ۱۰۹ مقاله و از ۱۹۹۶ تا مارس ۱۹۹۹ به تعداد ۱۰۰۳ مقاله رسیده است (جان فیلد، ۱۳۸۸؛ ۱۱) و هم‌اکنون سرمایه اجتماعی بدلیل ماهیت و محتوایی که دارد تقریباً با تمامی موضوعات و مسائل مطرح در حوزه انسانی و اجتماعی ارتباط پیدا می‌کند و توانایی سازماندهی جمعی مشارکتی و داد و ستد داوطلبانه برای حل مشکلات گروهی یا عمومی را به حداکثر می‌رساند.

کواچی و برکمن<sup>۱۹</sup> در بررسی‌های خود به این نتیجه رسیدند: «افرادی که از لحاظ اجتماعی منزوی هستند از نظر سلامت روانی در وضعیت مطلوبی بسر نمی‌برند. شبکه‌های اجتماعی کوچکتر، روابط خویشاوندی کم‌رنگ‌تر و دریافت حمایت اجتماعی اندک باعث ایجاد افسردگی و یأس در افراد می‌شود». (به نقل از آرمان، ۱۳۹۰؛ ۵۸) هم‌چنین کلمن بیان می‌دارد که سرمایه اجتماعی بر بیماری یا سلامت هر جامعه تأثیرگذار است. جوامعی که میزان سرمایه اجتماعی آنها به هر دلیل کاهش یابد با گسیختگی‌ها و شکاف‌های شگرفی روبرو می‌شوند (کلمن، ۱۳۷۷؛ ۴۸۵). یکی از مطالعاتی که در سطح خانواده صورت گرفت نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی احتمال فقیر بودن یک خانواده را در ۷/۳۶ درصد کاهش و در مقابل احتمال ثروتمند شدن را در بین ثروتمندان فقط ۴ درصد افزایش می‌دهد (به نقل از مویدفر، ۱۳۸۷؛ ۳). بنابراین ایده اصلی سرمایه اجتماعی این است که خانواده، دوستان و همکاران و آشنایان فرد دارایی مهمی را تشکیل می‌دهند که می‌توان به هنگام بحران از آن استفاده کرد. به تعبیر پورتنس<sup>۲۰</sup> در حالی که سرمایه اقتصادی در حساب بانکی افراد و سرمایه انسانی در مغز افراد قرار دارد سرمایه

<sup>۱۵</sup>- Jine jacob

<sup>۱۶</sup>- Glen Loary

<sup>۱۷</sup>- Iven Light

<sup>۱۸</sup>- Bowling alone

<sup>۱۹</sup>- Kawachi & Berkman

<sup>۲۰</sup>- Portes



# 3<sup>rd</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

19 November 2021 | Penang, Malaysia

اجتماعی در درون ساختار روابط یافت می‌شود. برای برخورداری از سرمایه اجتماعی فرد باید با دیگران ارتباط داشته باشد در واقع همین دیگران هستند که منبع واقعی برخورداری از مزایا و امکاناتند. (شارع‌پور، ۱۳۸۷؛ ۲۵۱)

نارایان و پریچت<sup>۲۱</sup> در بیان اهمیت سرمایه اجتماعی و تأثیرگذاری آن بر بازده‌ها ۵ ساز و کار را بیان می‌دارند: (گراهام هابز، ۲۰۰۰؛ ۲)

- ارتقا توانایی جامعه در نظارت بر عملکرد دولت
- افزایش امکانات برای کنش مشارکتی جهت حل مشکل
- تسهیل انتشار نوآوری‌ها
- کاهش مشکل کمبود اطلاعات
- افزایش بیمه غیررسمی

برخی از دلایل و کارکردهای مثبتی که موجب مطالعه و توجه به سرمایه اجتماعی گردیده است از قرار زیرند:

۶ \_ افزایش سلامت روانی افراد از طریق فراهم آوردن حمایت‌های عاطفی و روانی، کاهش عوامل استرس‌زا، کاهش حوادث زندگی مانند از دست دادن شغل (لهسایی‌زاده، ۱۳۸۶؛ ۱۶۲).

\_ از نظر پاتنام تقویت هنجارهای مستحکم بده و بستان (از طریق افزایش هزینه‌های بالقوه جدا شدن) تسهیل جریان اطلاعات از جمله اطلاعات مربوط به شهرت کنش‌گران و تجسم موفقیت‌های گذشته که به تحقق کنش جمعی کمک می‌کند (جان فیلد، ۱۳۸۶؛ ۵).

\_ سرمایه اجتماعی خصوصاً در شکل جمعی آن، هنجارهای همیاری، اعتمادمی‌تواند افراد جامعه را در حل مشکل کنش جمعی یاری برساند و در آن صورت همه افراد جامعه از برکات آن برخوردار گردند.

\_ تأثیر درونی سرمایه اجتماعی بر جامعه مدنی و گسترش دموکراسی، افزایش شهروندانی با جهت‌گیری معطوف به اجتماع و قانون‌مدار می‌باشند که با دولت بهتر همکاری می‌کنند (توسلی، ۱۳۸۴؛ ۶).

\_ تجارب بانک جهانی نشان داد که سرمایه اجتماعی تأثیر قابل توجهی را بر اقتصاد و توسعه کشورهای مختلف دارد. افزایش آن موجب پایین آمدن جدی سطح هزینه‌های اداره جامعه و نیز هزینه‌های عملیاتی سازمان می‌گردد (موسوی، ۱۳۸۶؛ ۷۱).

## ۱-۴-۱- خلاقیت

خلاقیت و نوآوری محرک اصلی تمدن هاست. تلفن، اتومبیل، هواپیما، رادیو، تلویزیون، رایانه، اتوماتیک، الکترونیک، قدرت اتمی و مسافرت‌های فضایی و خلق ادبیات و انواع هنرها و ... نقاط عطفی از اختراعات و اکتشافات و نمودی ارزشمند از تفکر و ذهن خلاق بشر است. بنابراین، برای پیشرفت در صنعت، اقتصاد، سیاست و همه علوم، نیازمند تفکری خلاق و نوآور می‌باشیم؛ خلاقیتی که در ضمیر همه ما نهفته و در نحوه زندگی ما تأثیر دارد (مرعشی، ۱۳۷۴).

خلاقیت یا آفرینشگری به معنای خلق کردن آمده است که به معنای کم و زیاد کردن یک پدیده، تغییر شکل و یا ترکیب کردن آن با سایر پدیده‌ها، اشیاء و چیزها است. لذا می‌توان خلاقیت را به معنای خلق کردن چیزی تازه و منحصر به فرد

<sup>۲۱</sup> - Narayan & Pritchett



# 3<sup>rd</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

19 November 2021 | Penang, Malaysia



دانست که به گونه ای مناسب و مفید موجب حل یک مساله، سوال یا نیاز علمی، صنعتی، اجتماعی و مانند آن می شود (یار احمدی خراسانی، ۱۳۸۹).

تحقیق در مورد خلاقیت و عناصر تشکیل دهنده آن، بیش از یک قرن پیش توسط دانشمندان علوم اجتماعی شروع شد، ولی انگیزه اساسی برای پژوهش بیشتر در سال ۱۹۵۰ توسط گیلفورد ایجاد گردید. گیلفورد خلاقیت را با تفکر واگرا (دست یافتن به رهیافت های جدید برای حل مسائل) در مقابل تفکر همگرا (دست یافتن به پاسخ صحیح) مترادف می دانست (شهرآرای مدنی پور، ۱۳۷۵، ۳۹).

امروزه مردم ما نیازمند آموزش خلاقیت هستند که با خلق افکار نو به سوی یک جامعه سعادت مند قدم بردارند. رشد فزاینده اطلاعات، سبب شده است که هر انسانی از تجربه و علم و دانشی برخوردار باشد که دیگری فرصت کسب آنها را نداشته باشد، لذا به جریان انداختن اطلاعات حاوی علم و دانش و تجربه در بین انسان ها یکی از رموز موفقیت در دنیای امروز است. هیچ کس قادر نیست به میزان اطلاعات واقعی هر کس که در گوشه ذهن او نهفته است پی ببرد. این اطلاعات زمانی به حرکت در می آید که انگیزه های قوی سبب رها شدن آن به بیرون ذهن می شود. در این مرحله انسان ها به سرنوشت یکدیگر حساسند و در جهت رشد یکدیگر می کوشند و در نهایت سبب می شود جریانی از علم و دانش و تجربیات میان آنها جاری شود که همین امر زمینه ساز نوآوری و خلاقیت خواهد بود (محمدی، ۱۳۸۴، زندی، شادی، ۱۳۸۹).

یکی از عوامل مؤثر در بروز خلاقیت در یک جامعه، زمینه سازی و بستر سازی در بین انسان ها جهت ایجاد فرهنگی است که در آن همگان در تلاش برای رشد دادن دیگری هستند و با تأثیر بر روی یکدیگر به پیشرفت جامعه کمک می کنند (محمدی، ۱۳۸۴، زندی، شادی، ۱۳۸۹).

یکی دیگر از شرایط لازم برای پدیدار شدن افکار نو، وجود آرامش برای مغز است. به همین خاطر لازم است انسان ها بکوشند در جامعه شرایطی پدید آید که در بستر آن مغز بیندیشد و تکامل یابد و سبب ساز افکار نو شده و شرایط برای سازندگی در جامعه مهیا شود. با افزایش سپرده گذاری های اخلاقی می توان شرایط را برای شکل گیری یک محیط آرامبخش در جامعه فراهم کرد. کاهش سپرده گذاری های اخلاقی در جامعه سبب می شود که زمینه برای گسسته شدن روابط اجتماعی گسترش یابد و با سست شدن پیوندهای اجتماعی، شرایط لازم برای بروز خلاقیت در جامعه سخت تر می شود. زیرا فرصتی برای تفکر کردن وجود نخواهد داشت (میرزا آقایی، ۱۳۸۲).

خلاقیت یا آفرینشگری به معنای خلق کردن آمده است که به معنای کم و زیاد کردن یک پدیده، تغییر شکل و یا ترکیب کردن آن با سایر پدیده ها، اشیاء و چیزها است. لذا می توان خلاقیت را به معنای خلق کردن چیزی تازه و منحصر به فرد دانست که به گونه ای مناسب و مفید موجب حل یک مساله سوال یا نیاز علمی، صنعتی، اجتماعی و مانند آن می شود (یار احمدی خراسانی، ۱۳۸۹).

تحقیق در مورد خلاقیت و عناصر تشکیل دهنده آن، بیش از یک قرن پیش توسط دانشمندان علوم اجتماعی شروع شد، ولی انگیزه اساسی برای پژوهش بیشتر در سال ۱۹۵۰ توسط گیلفورد ایجاد گردید. گیلفورد خلاقیت را با تفکر واگرا (دست یافتن به رهیافت های جدید برای حل مسائل) در مقابل تفکر همگرا (دست یافتن به پاسخ صحیح) مترادف می دانست (شهرآرای مدنی پور، ۱۳۷۵، ۳۹).

تعریف های بسیاری از سوی صاحب نظران در خصوص خلاقیت شده است، در این بخش برخی از این تعاریف را بررسی می کنیم:

— طبق نظر گیلفورد خلاقیت به معنای حل یک مشکل یا سلسله ای از مسائل کوچک و بزرگ است (قاسم زاده، ۱۳۸۱، سلیمانی، ۱۳۸۴، فیشانی، ۱۳۸۵، میر میران، ۱۳۸۸).





# 3<sup>rd</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

19 November 2021 | Penang, Malaysia

به نظر راجرز خلاقیت اظهار وجود و استقلال طلبی و حفظ شخصیت انسان است (قاسم زاده، ۱۳۸۱، سلیمانی، ۱۳۸۴، فیشانی، ۱۳۸۵، میر میران، ۱۳۸۸).

پاپالیا خلاقیت را توانایی دیدن چیزها در یک نظر نو و معمولی، دیدن مشکلاتی که هیچکس دیگر، امکان تشخیص موجود بودن آنها را نمی دهد و سپس ارائه رهیافت‌های جدید، غیرمعمولی و اثربخش می داند. (قاسم زاده، ۱۳۸۱، سلیمانی، ۱۳۸۴، فیشانی، ۱۳۸۵، میر میران، ۱۳۸۸).

لوتانز استاد رفتار سازمانی، خلاقیت را به وجود آوردن تلفیقی از اندیشه‌ها و رهیافت‌های افراد و یا گروه‌ها در یک روش جدید، تعریف کرده است (قاسم زاده، ۱۳۸۱، سلیمانی، ۱۳۸۴، فیشانی، ۱۳۸۵، میر میران، ۱۳۸۸).

مک‌کینان<sup>۲۲</sup> در تعریف خلاقیت می‌نویسد: «خلاقیت عبارت است از حل مسأله به نحوی که ماهیتی بدیع و نو داشته باشد» (مطهری، ۱۳۸۵).

ویلیامز<sup>۲۳</sup> می‌نویسد: «خلاقیت مهارتی است که می‌تواند اطلاعات پراکنده را به هم پیوند دهد، عوامل جدید اطلاعاتی را در شکل تازه‌ای ترکیب کند و تجارب گذشته را با اطلاعات جدید برای ایجاد پاسخ‌های منحصر به فرد و غیرمتعارف مرتبط سازد.» (مطهری، ۱۳۸۵).

خلاقیت یعنی تلاش برای ایجاد یک تغییر هدفدار در توان اجتماعی یا اقتصادی سازمان خلاقیت بکارگیری توانایی‌های ذهنی برای ایجاد یک فکر یا مفهوم جدید است (زندى، شادى، ۱۳۸۹).

خلاقیت یعنی توانایی پرورش یا به وجود آوردن یک انگاره یا اندیشه جدید (در بحث مدیریت نظیر به وجود آوردن یک محصول جدید است) (محمدی، ۱۳۸۴).

خلاقیت عبارت است از طی کردن راهی تازه یا پیمودن یک راه طی شده قبلی به طرز نوین (محمدی، ۱۳۸۴، زندی، شادی، ۱۳۸۹).

نوربرت الیاس معتقد است که خلاقیت موهبتی مرموز که فقط به تعدادی از افراد اعطاء شده باشد نیست، بلکه - کیفیتی است که تماماً به ساختار مؤسسات اجتماعی (جائیکه افراد در آن زندگی و کار می‌کنند) وابسته است. بنابراین دلیل نبود خلاقیت در بین افراد را بطور عمده باید در درون ساختارهای اجتماعی حاکم بر سازمان جستجو کرد (زندى، شادى، ۱۳۸۹).

ریچارد کوبین بیان می‌کند که خلاقیت عبارت است از یک توان انسانی که فرآیند تفکر و عمل فرد را متجاوز می‌کند (ریچارد کوبین ۲۴-۱۹۹۷).

جورج اف نلر معتقد است که خلاقیت شامل تولید ایده‌های جدید است. ایده‌هایی که به منظور حل مسائل مهم می‌توان به کار گرفته شود (مسدود ۱۳۶۹).

استرنبرگ<sup>۲۵</sup> خلاقیت را شامل برقرار کردن ارتباطات جدید، دیدن چیزها از طریق جدید و تعریف جدید مسائل می‌داند (استرنبرگ و اوهارا-۱۹۹۷).

کایزو، خلاقیت را عبارت از بکارگیری توانایی‌های ذهنی برای ایجاد یک فکریا مفهوم جدید می‌داند (رضائیان-۱۳۷۹).

<sup>۲۲</sup> McKinan

<sup>۲۳</sup> Williams

<sup>۲۴</sup> Richard Quine

<sup>۲۵</sup> Sternberg





# 3<sup>rd</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

19 November 2021 | Penang, Malaysia



— اوجیلوی خلاقیت را عبارت از قراردادن چیزهای قدیم در ترکیب جدید و قراردادن چیزهای جدید در ترکیب قدیم می‌داند(اوجیلو<sup>۲۶</sup> ۱۹۹۸).

— آلبرشت<sup>۲۷</sup>، (۱۹۸۷)، مراحل خلاقیت عملی و قابل اجرایی را که از پنج مرحله تشکیل شده است، پیشنهاد می‌کند این مراحل به ترتیب عبارتند از: جذب اطلاعات، الهام، آزمون، پالایش و عرضه (زندگی، شادی، ۱۳۸۹).

— آلبرشت معتقد است که شخص خلاق، اطلاعات پیرامون خود را جذب می‌کند و برای بررسی مسائل، رهیافت‌های مختلفی را مورد بررسی قرار می‌دهد. زمانی که ذهن فرد خلاق از اطلاعات خام انباشته شد، به طور غیرقابل محسوس شروع به کار می‌کند و پس از تجزیه و تحلیل و ترکیب اطلاعات، رهیافتی برای مسئله ارائه می‌کند(زندگی، شادی، ۱۳۸۹).

## ۱-۱۵- خلاقیت سازمانی

خلاقیت سازمانی یک عرصه تحقیقاتی نسبتاً جدیدی در حوزه مطالعات رفتار سازمانی می باشد، در حالی که خلاقیت در گذشته به طور عمده در روان شناسی مطرح و محل بحث بود. از این رو وجه تمایز مطالعه خلاقیت در این دو رشته مطالعاتی در این است که خلاقیت سازمانی منحصراً بر متغیرهایی تمرکز می باید که به طور مستقیم بر محل کار و کار یا مفاهیم سازمانی دلالت دارد (شالی و ژوو، ۲۰۰۸).

۹

## ۱-۱۶- خلاقیت از دیدگاه روانشناسی

روان‌شناسان در تعریف خلاقیت متفق‌القول نیستند و به خلاقیت از زوایای گوناگونی می‌نگرند؛ در گذشته محور بحث روان‌شناسان از خلاقیت «شخص خلاق یا فرایند خلاق» بود. امروزه نیز اگرچه بسیاری از اندیشمندان به خلاقیت به عنوان یک فرایند می‌نگرند، اما تعریف آنان از خلاقیت، مبتنی بر ویژگی «مولدبودن»<sup>۲۸</sup> است(محمدی، ۱۳۸۴).

خلاقیت یکی از جنبه‌های اصلی تفکر یا اندیشیدن است. تفکر عبارت است از فرایند بازآرایی یا تغییر اطلاعات و نمادهای کسب شده موجود در حافظه دراز مدت. تفکر بر دو نوع است:

تفکر همگرا: تفکر همگرا عبارت است از فرایند بازآرایی یا دوباره سازی اطلاعات و نمادهای کسب شده موجود در حافظه درازمدت.

تفکر واگرا: تفکر واگرا عبارت است از فرایند ترکیب و نوآرایی اطلاعات و نمادهای کسب شده موجود در حافظه درازمدت، خلاقیت یعنی تفکر واگرا.

براساس این تعریف خلاقیت ارتباط مستقیمی با قوه تخیل یا توانایی تصویرسازی ذهنی دارد. این توانایی عبارت است از فرایند تشکیل تصویرهایی از پدیده‌های ادراک شده در ذهن و خلاقیت عبارت است از فرایند یافتن راه‌های جدید برای انجام دادن بهتر کارها؛ خلاقیت یعنی توانایی ارائه راه حل جدید برای حل مسائل؛ خلاقیت یعنی ارائه فکرها و طرح‌های نوین برای تولیدات و خدمات جدید و استمرار آن پس از غیبت آن پدیده‌ها(محمدی، ۱۳۸۴).

<sup>۲۶</sup> Ojilu

<sup>۲۷</sup> Albrecht

<sup>۲۸</sup> Productive



# 3<sup>rd</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

19 November 2021 | Penang, Malaysia

روانشناسان سعی داشته‌اند تا مشخصات افرادی که دارای سطح بالایی از خلاقیت هستند مشخص کنند، «استیز» عوامل زیر را برای افراد خلاق بیان داشته است:

- سلامت روانی و ادراکی: توانایی ایجاد تعداد زیادی ایده به طور سریع
- انعطاف پذیری ادراک: توانایی دست کشیدن از یک قاعده و چارچوب ذهنی
- ابتکار: توانایی در ایجاد و ارائه پیشنهادهای جدید
- ترجیح دادن پیچیدگی نسبت به سادگی: توجه کردن و در نظر گرفتن چالش‌های جدید مسائل پیچیده
- استقلال رأی و داوری: متفاوت بودن از همکاران در ارائه نظرات و اندیشه‌های نو
- عده‌ای دیگر ویژگی‌های افراد خلاق را به صورت زیر دسته‌بندی می‌کنند:
- خصوصیات ذهنی:
- کنجکاوی
- دادن ایده‌های زیاد در باره یک مسئله
- ارائه ایده‌های غیرعادی
- توجه جدی به جزئیات
- دقت و حساسیت نسبت به محیط به خصوص به نکاتی که در نظر دیگران عادی به شمار می‌روند.
- روحیه انتقادی
- علاقه وافر به آزمایش کردن و تجربه
- نگرش مثبت نسبت به نوآفرینی
- خصوصیات عاطفی:
- آرامش و آسودگی خیال
- شوخ طبعی
- علاقه به سادگی و بی تکلفی در نوع لباس و جنبه‌های گوناگون زندگی
- دلگرمی و امید به آینده
- توانایی برقراری ارتباط عمیق و صمیمانه با دیگران
- اعتماد به نفس و احترام به خود
- شهامت
- خصوصیات اجتماعی:
- پیش قدمی در قبول و رویارویی با مسائل
- مسئولیت پذیری و توانایی سازمان دادن به فعالیت‌های گوناگون
- قدرت جلب حس اعتماد و اطمینان دیگران. (زندى، شادى، ۱۳۸۹).

و بالاخره محققان با زمینه روانشناسی، خلاقیت را به معنای نوبودن و تناسب داشتن تعریف کرده اند. از درک تعاریف فوق می‌توان نتیجه گرفت که اولاً خلاقیت مختص به پاره‌ای از سازمان‌ها نیست. به عبارتی در درون ذهن، فکر و منابع و امکانات سازمانی یک ایده جدید نهفته است و نه در وراء آن. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که در سازمان‌ها جلوگیری و حذف عوامل بازدارنده ظهور خلاقیت از وجود و اثبات استعداد خلاقیت مهم تر است (وايت، ۱۹۹۶).



### ۱-۷-۱- خلاقیت از دیدگاه سازمانی

خلاقیت یعنی ارائه فکر و طرح نوین برای بهبود و ارتقاء کمیت یا کیفیت فعالیت‌های سازمان؛ مثلاً افزایش بهره‌وری، افزایش تولیدات یا خدمات، کاهش هزینه‌ها، تولیدات یا خدمات از روش بهتر، تولیدات یا خدمات جدید و غیره (محمدی، ۱۳۸۴، زندی، شادی، ۱۳۸۹).

روبرت جی استرنبرگ و لیندای اوهارا در بررسی‌های خود شش عامل را در خلاقیت افراد مؤثر دانسته‌اند:

۱. دانش: داشتن دانش پایه‌ای در زمینه‌ای محدود و کسب تجربه و تخصص در سالیان متمادی.
۲. توانایی عقلانی: توانایی ارائه ایده خلاق از طریق تعریف مجدد و برقراری ارتباطات جدید در مسائل.
۳. سبک فکری: افراد خلاق عموماً در مقابل روش ارائه شده از طرف سازمان و مدیریت ارشد، سبک فکری ابداعی را بر می‌گزینند.
۴. انگیزش: افراد خلاق عموماً برای به فعل در آوردن ایده‌های خود برانگیخته می‌شوند.
۵. شخصیت: افراد خلاق عموماً دارای ویژگی‌های شخصیتی مانند مصر بودن، مقاوم بودن در مقابل فشارهای بیرونی و داخلی و نیز مقاوم بودن در مقابل وسوسه هم‌رنگ جماعت شدن هستند.
۶. محیط: افراد خلاق عموماً در داخل محیط‌های حمایتی بیشتر امکان ظهور می‌یابند. (محمدی، ۱۳۸۴).

این محققان مشخص کردند که عمده‌ترین دلیل عدم کارایی برنامه‌های آموزش خلاقیت تأکید صرف این برنامه‌ها بر تفکر خلاق به عنوان یکی از شش منبع مؤثر در خلاقیت می‌باشد. جایی که سایر عوامل نیز تأثیر بسزایی در موفقیت و شکست برنامه‌های آموزشی خلاقیت ایفا می‌کنند.

جورج اف نلر در کتاب هنر و علم خلاقیت برای خلاقیت مراحل چهارگانه: آمادگی، نهفتگی، اشراق و اثبات را ذکر کرده است (محمدی، ۱۳۸۴).

از این دید، افراد خلاق ابتدا با مسئله یا یک فرصت آشنا شده و سپس از طریق جمع آوری اطلاعات با مسئله یا فرصت مورد نظر درگیر می‌شوند. در مرحله بعد افراد خلاق روی مسئله تمرکز می‌کنند، در این مرحله فعالیت ملموسی مشاهده نمی‌شود و فرد سعی در نظم دادن تفکرات، اندیشه‌ها، تجارب و زمینه‌های قبلی خود جهت نیل به یک ایده دارد. درگیری ذهنی عمیق فرد (خودآگاه و ناخودآگاه) فراهم کردن فرصت (جهت تفکر بر مسئله) منجر به خلق و ظهور ایده‌ای جدید و بدیع می‌شود. در نهایت فرد خلاق در صدد برمی‌آید صلاحیت و پتانسیل ایده خویش را به اثبات برساند (محمدی، ۱۳۸۴).

برخی از ویژگی‌های سازمان خلاق عبارتند از:

رقابت کامل و فشرده است: در یک سازمان در صورتی خلاقیت صورت می‌پذیرد که رقابت کامل در آن حاکم باشد. فرهنگ: یکی از عوامل عمده‌ای که به بالندگی مدیریت کمک می‌کند فرهنگ مردم است. برپایه یک فرهنگ خوب، اتلاف وقت گناه محسوب می‌شود. بدیهی است در چنین بستر مناسبی جهت رقابت، خلاقیت یا سازمان‌های پویا بهتر شکل می‌گیرد. دسترسی به مدیران: در سازمان‌های خلاق بر این اعتقاد هستند که دانش در سطح سازمان به وفور پراکنده شده است و مدیران به راحتی می‌توانند افکار و نظرات دیگران را مستقیم و بدون واسطه دریافت کنند. احترام به افراد: ویژگی دیگر سازمان خلاق احترام به افراد است و آنها باور دارند که می‌توانند همگام با نیازهای سازمان، رشد کنند.

ارائه خدمات مردمی: هدف نهایی در این سازمان‌ها توجه به نیازمندی‌های اجتماع و جلب رضایت آحاد مردم است. تخصص: در سازمان خلاق افراد دارای یک تخصص ویژه نیستند و این امکان را دارند که برای قرار گرفتن در جایگاه مناسب گردش شغلی داشته باشند (محمدی، ۱۳۸۴).





# 3<sup>rd</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

19 November 2021 | Penang, Malaysia



رابطه کارکنان با سازمان: روابط دایمی و بلندمدت کارکنان با این نوع سازمان‌ها و در نتیجه برخورداری آنها از امنیت شغلی از دیگر ویژگی‌های این سازمان هاست.

استقبال مدیران از عامل تغییر: در این سازمان‌ها تمامی مدیران، مسئله تغییر را به عنوان تنها عامل ثابت و گریزناپذیر می‌دانند و با خشنودی آن را پذیرفته و در برابر آن مقاومت نمی‌کنند. طبیعی است در چنین سازمانی ضرورت ندارد که مدیر بخش زیادی از وقت خود را برای جلوگیری برخورد با تغییرات اختصاص دهد زیرا همه به این باور رسیده‌اند که تغییر یک ارزش مثبت است (محمدی، ۱۳۸۴).

## ۱۸-۱- سرمایه‌ی اجتماعی و خلاقیت سازمانی

در حالی که سرمایه‌ی اجتماعی به عنوان یک هنجار و قاعده‌ی غیررسمی ثابت شده تعریف می‌شود که همکاری بین دو یا چند نفر را ارتقا می‌دهد (فوکویاما ۲۰۰۱)، خلاقیت به عنوان تولید محصولات یا ایده‌هایی تعریف می‌شود که هر دو دید و مناسب هستند (هنسی و امابیل ۲۰۱۰). در این مطالعه، بیان می‌شود که سرمایه‌ی اجتماعی، خلاقیت در سازمان‌ها را افزایش می‌دهد و لیو در سال ۲۰۱۳ بحث کرد که سرمایه‌ی اجتماعی، تسهیل‌کننده‌ی مهمی است و خلاقیت را ارتقا می‌دهد. کارمندانی که دارای روابط مناسب با همکاران خود از نظر اعتماد متقابل، احترام و دوستی و صمیمیت هستند، برای افزایش خلاقیت سازمانی خدمت می‌کنند. علاوه بر این، ناهاپیت و قوشال در سال ۱۹۹۸ بیان کردند که الگوی ارتباطات و روابط ایجاد شده از طریق تبادل، پایه و اساسی برای سرمایه‌ی اجتماعی هستند، بنابراین، اعضای یک سازمان با برقراری ارتباط، همکاری، هماهنگی و به اشتراک گذاری اطلاعات، مهارت کارکردی خود را انجام می‌دهند، به این ترتیب، سرمایه‌ی اجتماعی دارای تاثیر مستقیم بر قابلیت ایجاد سرمایه‌ی فکری است. از آن جایی که محیط کار یکی از انواع محیط اجتماعی است (امابیل ۱۹۹۷)، ادراکات از محیط کار می‌تواند تحقق کار خلاقانه در سازمان‌ها را تحت تاثیر قرار دهد (کونتی، هیترو و لازی و هرون ۱۹۹۶ ناهاپیت و قوشال ۱۹۹۸).

۱۲

شواهد تجربی نشان داده‌اند که فرایند ارتباطات و تعامل بین افراد برای خلاقیت سازمانی حائز اهمیت است (هاندزیک ۲۰۰۴)، بنابراین، محیط اجتماعی محل کار، عاملی است که باید در نظر گرفته شود (هنسی و امابیل ۲۰۱۰). چن و همکارانش در سال ۲۰۰۸ تاثیرات سرمایه‌ی اجتماعی بر خلاقیت افراد شاغل در پروژه‌ی R&D را از دیدگاه و چشم انداز درون تیمی مورد بررسی قرار داده و به این نتیجه رسیدند که تعامل اجتماعی و روابط شبکه‌ای دارای تاثیرات مثبت و قابل توجه بر خلاقیت تیم‌های پروژه‌ی R&D هستند. مطالعه‌ی دیر در سال ۲۰۰۶ از پرونده‌های بایگانی و داده‌های بررسی مبتنی بر وب از ۱۰۹ پژوهشگر به کار گرفته شده در دو آزمایشگاه موسسه‌ی پژوهشی در ایالات متحده آمریکا استفاده کرد. نویسنده گزارش داد که تاثیر روابط ضعیف تر در شبکه‌های اجتماعی منجر به سطوح پایین تر خلاقیت در سازمان می‌گردد (اسمیت ۲۰۰۶). این امر توسط سایر پژوهش‌های تجربی مورد حمایت قرار گرفت که نشان می‌دهد که تعاملات بهتر بین افراد در محیط کار، سطح خلاقیت را بهبود می‌بخشد (هانتر و مامفورد ۲۰۰۷ هسو و فان ۲۰۱۰). به طور مشابه، برخی از مطالعات دریافته‌اند که سرمایه‌ی اجتماعی به طور مثبت خلاقیت را تحت تاثیر قرار می‌دهد (شانگ و تین و لی ۲۰۱۰، گو ۲۰۱۴).

## ۱۹-۱- کارایی

مفهوم کارایی یکی از مهمترین مسائل در درک رفتار سازمانی است و به عنوان علت اصلی توسعه تئوری سازمانی و موضوع اصلی در حوزه عملی شناخته شده است (باقری و همکارانش، ۲۰۱۶). کارایی با روشهای انجام کار و چگونگی استفاده از منابع سروکار دارد. حداکثر کارایی زمانی که حاصل میشود، چندان به کیفیت انجام کار توجه نمی‌کند. کارایی به معنای "درست انجام دادن کارها" است (سلیمی، ۱۳۹۴).



### ۲۰-۱- سرمایه‌ی اجتماعی و کارایی سازمانی

این مطالعه هم چنین در مورد رابطه‌ی بین سرمایه‌ی اجتماعی و کارایی سازمانی است. کارایی به این صورت تعریف می‌شود: معیاری از نحوه‌ی کاربرد مناسب و موثر منابع برای تحقق یک هدف (جونز و جورج ۲۰۱۶). پوتنام در سال ۱۹۹۳ سرمایه‌ی اجتماعی را از جمله ویژگی‌های سازمان اجتماعی مانند اعتماد، هنجارها و شبکه‌هایی تعریف می‌کند که می‌توانند با تسهیل اقدامات هماهنگ، کارایی جامعه را بهبود بخشند. در این مطالعه، بیان می‌شود که سرمایه‌ی اجتماعی از طریق اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها همراه با اقدامات هماهنگ شده توسعه می‌یابد و کارایی سازمانی را در محل کار بهبود می‌بخشد. هم چنین در نظر گرفته می‌شود که سرمایه‌ی اجتماعی با کاهش هزینه‌ی تراکنش‌ها، دارای تاثیر اقتصادی است، این امر برای کارکرد کارآمد اقتصاد مدرن (ناهایت و قوشال ۱۹۸، فوکویاما ۲۰۰۱) و بهینه‌سازی اندازه‌ی یک سازمان برای به حداکثر رساندن کارایی، بسیار حائز اهمیت است (فوکویاما ۱۹۹۵). سرمایه‌ی اجتماعی، بهره‌وری و توسعه‌ی ارزش در تیم‌ها را از طریق توانمندسازی همکاری در بین اعضای تیم به وسیله‌ی تماس و ارتباط مجازی و رو در رو بهبود می‌بخشد. علاوه بر این، سرمایه‌ی اجتماعی می‌تواند با ایجاد مزایای رقابتی برای سازمان‌ها، عامل کلیدی در تبدیل و دگرگونی یک کسب و کار از کارایی محور به نوآوری محور باشد (لوزیکاس ۲۰۱۵).

تعدادی از محققان گزارش داده‌اند که سرمایه‌ی اجتماعی با توانمندسازی همکاری در بین افرادی با منافع و علایق متضاد به سمت تحقق افزایش خروجی و توزیع منصفانه، در کارایی نقش دارد (براون و آشنمن ۱۹۹۶، هلر ۱۹۹۶، ناک و کیفر ۱۹۹۷، آرو ۲۰۰۰، پیرسون و کار ۲۰۱۱). اگرچه سرمایه‌ی اجتماعی از جمله پیش‌بینی‌کننده‌های موثر کارایی سازمانی است، مطالعات اندکی (مانند نیموتو ۲۰۱۱، ناهایت و قوشال ۱۹۹۸) این مساله را خارج از کشورهای غیر غربی مورد بررسی یقین‌دار داده‌اند اما به نظر می‌رسد هیچ‌گونه مطالعه‌ای در این زمینه در کشور ترکیه انجام نشده است.

### ۲۱-۱- خلاقیت سازمانی و کارایی سازمانی

مؤلفه‌ی آخر این مطالعه به رابطه‌ی بین خلاقیت سازمانی و کارایی مربوط می‌شود. رفتار خلاقانه عبارت است از تولید ایده‌های جدید و مفید و اتخاذ سایر ایده‌هایی که برای سازمان، جدید و تازه هستند و می‌توانند رفتار نوآور را ایجاد نمایند (یوان و وودمان ۲۰۱۰). خلاقیت سازمانی به عنوان یک کارکرد گروهی رخ می‌دهد که شامل تعامل افراد خلاق در داخل سازمان است (وودمان ۱۹۹۳). بنابراین، رفتارهای خلاقانه‌ی افراد و گروه‌ها، سطح خلاقیت سازمانی را تعیین می‌کنند. اگرچه برخی از محققان بیان کرده‌اند که خلاقیت می‌تواند تاثیر منفی بر کارایی داشته باشد (جیمز و کلارک و کروپانزانو ۱۹۹۹ کلین و تامیک ۲۰۱۰)، وودمان و همکارانش در سال ۱۹۹۳ بیان کردند که خلاقیت برای افراد و سازمان‌ها-انجام چیزی برای اولین بار یا ایجاد دانش جدید-جنبه‌ی پویایی از تغییر سازمانی را نشان می‌دهد که ممکن است کلیدی برای درک پدیده‌ی تغییر و در نهایت، اثربخشی سازمانی و بقا را ارائه دهد. بسیاری از محققان، تاثیر خلاقیت بر کارایی را در زمینه‌های مختلف مورد بررسی قرار داده‌اند و در نهایت، تاثیر مثبت خلاقیت سازمانی بر کارایی سازمانی را در بخش‌های مختلف نشان دادند (گیلسون و ماتيو و شالی و رادی ۲۰۰۵ ایواناج ۲۰۱۲).

### ۲۲-۱- روش پژوهش

تحقیق حاضر از این جهت که به دنبال توصیف وضعیت متغیرها و نیز روابط میان آنها می‌باشد، توصیفی است و از نوع همبستگی است، چرا که با استفاده از تحلیل همبستگی روابط میان متغیرها را آزمون می‌کند. همچنین با توجه به اینکه در این پژوهش از روش میدانی (پرسشنامه) جهت گردآوری داده‌های اولیه استفاده شده است، تحقیق حاضر پیمایشی نیز می‌باشد.



# 3<sup>rd</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

19 November 2021 | Penang, Malaysia

## ۱-۲۳-جامعه آماری

جامعه آماری پژوهش را کلیه کارکنان سازمان میراث فرهنگی و گردشگری شامل می شود. در این پژوهش از روش نمونه گیری تصادفی ساده استفاده شده است.

## ۱-۲۴- نمونه آماری و تعیین حجم نمونه

حجم نمونه با توجه به تعداد اعضای جامعه آماری از طریق جدول کرجسی و مورگان ۱۴۷ نفر تعیین شده است.

## ۱-۲۵- روش های جمع آوری اطلاعات

با توجه به اینکه در طرح های تحقیقاتی مختلف هدف پژوهشگر متفاوت می باشد، لذا پژوهشگر از ابزارهای مختلفی برای جمع آوری اطلاعات استفاده می نماید. مهمترین روش های گردآوری اطلاعات در این پژوهش بدین شرح است:

الف) مطالعات کتابخانه ای

در این مرحله محقق برای کسب داده های ثانویه (داده هایی که قبلا تولید شده و در منابع موجود قابل دسترسی است) به بررسی کتب، مجلات، مقالات و سایر مستندات موجود در کتابخانه های تخصصی و شبکه جهانی اینترنت پرداخته است.

ب) تحقیقات میدانی

در این قسمت برای کسب داده های اولیه برای تجزیه و تحلیل، از پرسشنامه استفاده گردیده است.

## ۱-۲۶- ابزار گردآوری داده ها

ابزار گردآوری داده ها در این تحقیق، پرسشنامه می باشد. در این پژوهش از پرسشنامه های استاندارد سرمایه اجتماعی ناهپیت و گوشال (۲۰۰۲)، پرسشنامه خلاقیت سازمانی رندسیپ (۱۹۷۹)، پرسشنامه کارایی سازمانی پین پریانگ و سینگ سای (۲۰۱۲) استفاده شد.

## ۱-۲۶-۱ جدول ابعاد پرسشنامه

شماره سوال	تعداد سوالات	نام مولفه	نمره
۱ الی ۱۵	۱۵	خلاقیت سازمانی	۱
۱۶ الی ۳۶	۲۱	کارایی سازمانی	۲
۳۷ الی ۵۴	۲۸	سرمایه اجتماعی	۳
۶۴		کل	

## ۱-۲۷- روایی (اعتبار) و پایایی پرسشنامه

روایی و پایایی ویژگی هایی هستند که ابزار سنجش از جمله پرسشنامه باید دارا باشد. روایی

۱-۲۸- مقصود از روایی آن است که وسیله اندازه گیری در واقع بتواند خصیصه مورد نظر را اندازه بگیرد. در پژوهش حاضر از پرسشنامه های استاندارد سرمایه اجتماعی ناهپیت و گوشال (۲۰۰۲)، پرسشنامه خلاقیت سازمانی رندسیپ (۱۹۷۹)،





# 3<sup>rd</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

19 November 2021 | Penang, Malaysia

پرسشنامه کارایی سازمانی پین پریانگ و سینگ سای (۲۰۱۲) استفاده شده است، که این امر روایی پرسشنامه را تایید می کند.

## ۱-۲۹- پایایی

پایایی عبارت است از این که اگر یک وسیله اندازه گیری که برای سنجش متغیر و صفتی ساخته شد در شرایط مشابه در زمان یا مکان دیگر مورد استفاده قرار گیرد، نتایج مشابهی از آن حاصل شود (حافظ نیا، ۱۳۷۷).

ضریب پایایی پرسشنامه های تحقیق حاضر بر مبنای تحقیقات انجام شده در داخل و خارج بین ۰.۷ تا ۰.۹ بوده است، علی رغم آن در این تحقیق برای سنجش پایایی پرسشنامه ها، یک مرحله پیش آزمون انجام گرفت.

## ۱-۲۹-۱ جدول ضرایب آلفای کرونباخ

ردیف	نام مولفه	تعداد سوالات	میزان آلفای کرونباخ
۱	خلاقیت سازمانی	۱۵	۰.۸۳۵
۲	کارایی سازمانی	۲۱	۰.۷۹۶
۳	سرمایه اجتماعی	۲۸	۰.۸۱۲
	کل		۰.۸۱۱

۱۵

همانطور که از جدول فوق مشخص است میزان آلفای کرونباخ بدست آمده برای هر یک از متغیرهای پژوهش محاسبه شد که با توجه به اینکه همه بزرگتر از ۰.۷۰ می باشند، قابل قبول بوده و این موضوع نشان دهنده همبستگی درونی بین متغیرها برای سنجش مفاهیم مورد نظر است و بدین ترتیب می توان گفت که پژوهش حاضر از قابلیت اعتماد و یا پایایی لازم برخوردار است.

## ۱-۳۰- روش های تجزیه و تحلیل اطلاعات

تجزیه و تحلیل داده ها برای بررسی صحت و سقم فرضیه برای هر نوع تحقیق از اهمیت خاصی برخوردار است. امروزه در بیشتر تحقیقاتی که متکی بر اطلاعات جمع آوری شده از موضوع مورد تحقیق می باشد، تجزیه و تحلیل اطلاعات از اصلی ترین و مهم ترین بخش های تحقیق محسوب می شود. داده های خام با استفاده از نرم افزار آماری مورد تجزیه و تحلیل قرار می گیرند و پس از پردازش به شکل اطلاعات در اختیار استفاده کنندگان قرار می گیرند. در این فصل، ابتدا تحلیل عاملی تحقیق انجام شده و بعد مدل اصلی پژوهش بررسی می شود. در نهایت فرضیات تحقیق آزمون می شوند.

هر پژوهش در پی دستیابی به هدف خاصی شکل می گیرد و آن پاسخ گویی به فرضیه ها و حل مسئله مطرح شده در پژوهش می باشد. در مطالعه حاضر نیز ما برای پاسخ گویی به سوالات پژوهش بایستی اطلاعات به دست آمده از پرسشنامه را مورد تجزیه و تحلیل قرار دهیم. بنابراین پس از جمع آوری اطلاعات، آن ها را به صورت داده های قابل قبول توسط نرم افزار آماری تبدیل کرده و در بخش آمار توصیفی و استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار می دهیم که در این مسیر از نرم افزار Spss استفاده کرده ایم. در تجزیه و تحلیل توصیفی اطلاعات، علاوه بر بیان فراوانی و درصد فراوانی متغیرهای جمعیت



# 3<sup>rd</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

19 November 2021 | Penang, Malaysia



شناختی در جدولی مجزا به بیان ریاضی آن ها می پردازیم. در آمار استنباطی نیز به منظور وجود یا عدم وجود تفاوت بین متغیرهای موجود و این که معلوم شود این تفاوت چه مقدار است جدولی آماده گردیده که در این فصل ارائه می گردد.

## ۱-۳۱- آزمون فرضیه های پژوهش

به منظور آزمون فرضیه های پژوهش از آزمون پارامتریک (رگرسیون خطی) استفاده نموده ایم، لذا شرط اول بررسی نرمال بودن توزیع داده ها است، از این رو در ابتدا به بررسی نرمال بودن داده های متغیر وابسته تحقیق پرداخته شده است. البته لازم به ذکر است مهمترین شروط آزمون پارامتریک عبارت است از: ۱- سطح سنجش متغیر وابسته فاصله ای باشد. ۲- توزیع داده ها نرمال باشد. ۳- واریانس گروه های مورد مطالعه یکسان باشد.

## ۱-۳۲- آزمون کولموگروف اسمیرنوف (K-S)

به منظور بررسی نرمال بودن توزیع داده های مربوط به متغیرهای پژوهش از آزمون کولموگروف اسمیرنوف استفاده شد. که نتایج آن در جدول ذیل آمده است.

## ۱-۳۲-۱ جدول بررسی نرمال بودن توزیع متغیرهای پژوهش طبق آزمون کولموگروف اسمیرنوف

متغیر	سرمایه اجتماعی	خلاقیت سازمانی	کارایی سازمانی
Z	۰.۹۹۳	۱.۲۰۸	۱.۳۳۹
سطح معنی داری	۰.۱۰۸	۰.۲۷۸	۰.۱۲۲

۱۶

## تفسیر

در صورتی که سطح معنی داری آزمون کولموگروف اسمیرنوف بیشتر از ۰.۰۵ باشد می توان نتیجه گرفت توزیع داده های مربوط به متغیر تفاوت معنی داری با توزیع نرمال ندارد. همانطور که در فوق گزارش شده است. سطح معنی داری همه متغیرهای پژوهش بزرگتر از ۰.۰۵ محاسبه شده است. بنابراین نتیجه می گیریم که توزیع داده های مربوط به متغیرهای پژوهش نرمال می باشد (تفاوت معناداری با توزیع نرمال ندارد).

## ۱-۳۳- آمار استنباطی

## ۱-۳۴- آزمون رگرسیون خطی ساده<sup>۲۹</sup>:

در رگرسیون به دنبال برآورد رابطه ای ریاضی و تحلیل آن هستیم، به طوری که با آن بتوان کمیت متغیری مجهول را با استفاده از متغیرهای معلوم تعیین کرد. (آذر و مؤمنی، عادل و منصور، ۱۳۸۵) مدل رگرسیون خطی به فرم:  $Y=a+bX+\varepsilon$  نوشته میشود که در آن  $a$  عرض از مبدأ  $b$  شیب خط،  $Y$  متغیر وابسته یا پاسخ،  $X$  متغیر مستقل یا پیشگو و  $\varepsilon$  عامل خطا می باشد. هدف از رگرسیون خطی ساده این است که با برآورد کردن پارامترهای  $a$  و  $b$  مدل خطی سادهای را به دادهها برازش کنیم (نصیری، ۱۳۸۸). جهت آزمون فرضیه های فرعی تحقیق و بررسی وجود رابطه خطی بین تک تک متغیرهای مستقل و متغیرهای وابسته از آزمون رگرسیون خطی ساده استفاده شده است.

<sup>۲۹</sup>- Simple Linear Regression



# 3<sup>rd</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

19 November 2021 | Penang, Malaysia

فرضیه ۱: سرمایه اجتماعی بر خلاقیت سازمانی در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری تاثیر دارد.  
 $H_0$ : سرمایه اجتماعی بر خلاقیت سازمانی در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری تاثیر ندارد.  
 $H_1$ : سرمایه اجتماعی بر خلاقیت سازمانی در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری تاثیر دارد.  
 به منظور بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت سازمانی از رگرسیون دو متغیره استفاده شده است.

۱-۳۴-۱ جدول تحلیل رگرسیونی تاثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت سازمانی

شاخص آماری	ضریب همبستگی (R)	$R^2$	$R^2$ تعدیل شده	F	سطح معنی داری
مدل رگرسیون	۰.۹۰۵	۰.۸۱۹	۰.۸۱۵	۲۱۷.۳۶۴	۰.۰۰۰

یافته های جدول فوق ضریب رگرسیونی تاثیر سرمایه اجتماعی و خلاقیت سازمانی را نشان می دهد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر ۰.۹۰۵ می باشد، که با توجه به سطح معنی داری باید گفت سرمایه اجتماعی بر خلاقیت سازمانی تاثیر معنی دار با شدتی قوی دارد. با توجه به مقدار ضریب تعیین  $R^2 = ۰.۸۱۹$  می توان گفت، حدود ۰.۸۱ درصد از تغییرات در خلاقیت سازمانی توسط سرمایه اجتماعی قابل تبیین است.

۲-۳۴-۱ جدول ضریب رگرسیونی تاثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت سازمانی

شاخص آماری	ضرایب رگرسیون	خطای استاندارد	بتای استاندارد	T	سطح معنی داری
مدل رگرسیون	۰.۱۴۶	۰.۱۶۹	-	۰.۸۶۶	۰.۰۰۰
ضریب ثابت	۱.۱۲۲	۰.۰۷۶	۰.۹۰۵	۱۴.۷۴۳	۰.۳۹۱

بر طبق یافته های رگرسیونی ( $Sig= ۰.۰۰۰$ ,  $B=۰.۹۰۵$ ) فوق می توان سرمایه اجتماعی تأثیر معنی داری بر خلاقیت سازمانی دارد و به ازای یک واحد افزایش در سرمایه اجتماعی، ۰/۹۰۵ واحد، افزایش در خلاقیت سازمانی به وجود می آید. (این فرضیه پژوهش با دلالت بر رابطه مثبت بین سرمایه اجتماعی و خلاقیت سازمانی تأیید شد).

فرضیه ۲: سرمایه اجتماعی بر کارایی سازمانی در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری تاثیر دارد.

$H_0$ : سرمایه اجتماعی بر کارایی سازمانی در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری تاثیر ندارد.  
 $H_1$ : سرمایه اجتماعی بر کارایی سازمانی در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری تاثیر دارد.  
 به منظور بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر کارایی سازمانی از رگرسیون دو متغیره استفاده شده است.





# 3<sup>rd</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

19 November 2021 | Penang, Malaysia

۱-۳-۳ جدول تحلیل رگرسیونی تاثیر سرمایه اجتماعی بر کارایی سازمانی

شاخص آماری	ضریب همبستگی (R)	$R^2$	$R^2$ تعدیل شده	F	سطح معنی داری
مدل رگرسیون	۰.۸۷۵	۰.۸۲۲	۰.۸۲۰	۶۲.۴۵۵	۰.۰۰۰

یافته های جدول فوق ضریب رگرسیونی تاثیر سرمایه اجتماعی بر کارایی سازمانی را نشان می دهد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر ۰.۸۷۵ می باشد، که با توجه به سطح معنی داری باید گفت سرمایه اجتماعی بر کارایی سازمانی تاثیر معنی دار با شدت قوی دارد. با توجه به مقدار ضریب تعیین  $R^2 = ۰.۸۲۲$  می توان گفت، حدود ۰.۸۲ درصد از تغییرات در کارایی سازمانی توسط سرمایه اجتماعی قابل تبیین است.

۱-۳-۴ جدول ضریب رگرسیونی تاثیر سرمایه اجتماعی بر کارایی سازمانی

شاخص آماری	ضرایب رگرسیون	خطای استاندارد	بتای استاندارد	T	سطح معنی داری
مدل رگرسیون	۰.۲۴۹	۰.۳۲۵	-	۰.۷۶۶	۰.۰۰۰
ضریب ثابت	۱.۱۵۵	۰.۱۴۶	۰.۸۷۵	۷.۹۰۳	۰.۴۴۷

بر طبق یافته های رگرسیونی ( $Sig = ۰.۰۰۰$ ,  $B = ۰.۸۷۵$ ) فوق می توان سرمایه اجتماعی تاثیر معنی داری بر کارایی سازمانی دارد و به ازای یک واحد افزایش در سرمایه اجتماعی، ۰/۸۷۵ واحد، افزایش در کارایی سازمانی به وجود می آید. (این فرضیه پژوهش با دلالت تاثیر سرمایه اجتماعی بر کارایی سازمانی تأیید شد).

فرضیه ۳: خلاقیت سازمانی بر کارایی سازمانی در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری تاثیر دارد.

H۰: خلاقیت سازمانی بر کارایی سازمانی در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری تاثیر ندارد.

H۱: خلاقیت سازمانی بر کارایی سازمانی در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری تاثیر دارد.



# 3<sup>rd</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

19 November 2021 | Penang, Malaysia

۱-۳۴-۵ جدول تحلیل رگرسیونی تاثیر خلاقیت سازمانی بر کارایی سازمانی

شاخص آماری	ضریب همبستگی (R)	$R^2$	$R^2$ تعدیل شده	F	سطح معنی داری
مدل رگرسیون	۰.۷۹۵	۰.۷۸۲	۰.۷۸۰	۰.۲۱۰	۰.۰۰۰

یافته های جدول فوق ضریب رگرسیونی تاثیر خلاقیت سازمانی بر کارایی سازمانی را نشان می دهد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر ۰.۷۹۵ می باشد، که با توجه به سطح معنی داری باید گفت خلاقیت سازمانی بر کارایی سازمانی تاثیر معناداری دارد. با توجه به مقدار ضریب تعیین  $R^2 = ۰.۷۸۲$  می توان گفت، حدود ۰.۷۸ درصد از تغییرات در کارایی سازمانی توسط خلاقیت سازمانی قابل تبیین است.

۱-۳۴-۶ جدول ضریب رگرسیونی تاثیر خلاقیت سازمانی بر کارایی سازمانی

شاخص آماری	ضرایب رگرسیون	خطای استاندارد	بتای استاندارد	T	سطح معنی داری
مدل رگرسیون	۲.۹۴۹	۰.۵۰۵	-	۵.۸۳۸	۰.۰۰۰
ضریب ثابت	۰.۱۰۴	۰.۲۲۸	۰.۷۹۵	۶.۴۵۸	۰.۶۴۹

بر طبق یافته های رگرسیونی ( $B = ۰.۷۹۵$ ,  $Sig = ۰.۰۰۰$ ) فوق می توان خلاقیت سازمانی تأثیر معنی دار و مثبت بر کارایی سازمانی دارد و به ازای یک واحد افزایش در خلاقیت سازمانی، ۰/۷۹۵ واحد، افزایش در کارایی سازمانی به وجود می آید. (این فرضیه پژوهش با دلالت تاثیر خلاقیت سازمانی بر کارایی سازمانی تأیید شد).

## ۱-۳۵-۳ نتایج فرضیه های پژوهش

نتایج حاصل آزمون پژوهش های فوق نشان داده است که سرمایه اجتماعی بر خلاقیت سازمانی و کارایی سازمانی کارکنان سازمان میراث فرهنگی و گردشگری تاثیر دارد همچنین خلاقیت سازمانی تاثیر مثبت و معناداری بر کارایی سازمانی دارد.

مسیر ها	فرضیه ها	رد یا تایید فرضیه	ضرایب
سرمایه اجتماعی ← خلاقیت سازمانی	فرضیه اول	تایید شده	۰/۹۰۵
سرمایه اجتماعی ← کارایی سازمانی	فرضیه دوم	تایید شده	۰/۸۷۵
خلاقیت سازمانی ← کارایی سازمانی	فرضیه سوم	تایید شده	۰/۷۹۵

جدول ضرایب مسیر استاندارد شده مدل ساختاری



# 3<sup>rd</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

19 November 2021 | Penang, Malaysia

## ۱-۳۶- نتیجه گیری

هدف این مطالعه، بررسی تاثیر سرمایه ی اجتماعی بر خلاقیت و کارایی سازمانی در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری می باشد.

نتایج فرضیه اول پژوهش نشان داد که سرمایه ی اجتماعی دارای تاثیر مثبتی بر خلاقیت سازمانی دارد. نتایج فرضیه فوق، در تایید پژوهش امابیل (۱۹۹۶)، شانگ (۲۰۱۰)، لیو (۲۰۱۳)، ژو و ژانگ (۲۰۱۴) و سوزبیلیر (۲۰۱۸) می باشد. بر مبنای این یافته ها، می توان بیان کرد که سرمایه ی اجتماعی، ساختار مهمی برای سازمان های دولتی و خصوصی است که در نظر بگیرند چه زمانی تمایل به بهبود خلاقیت سازمانی دارند. بنابراین، سازمان ها باید اهمیت سرمایه ی اجتماعی را در نظر گرفته و اطمینان حاصل نمایند که همه ی سیاست ها و فعالیت ها برای توسعه و افزایش سرمایه ی اجتماعی وجود دارند. همچنین باید پویایی های سرمایه ی اجتماعی را درک کرده و همه ی موانعی را حذف نمایند که می توانند برای توسعه ی سرمایه ی اجتماعی، مضر و زیان آور باشند.

نتایج فرضیه دوم پژوهش نشان داد که سرمایه ی اجتماعی دارای تاثیر مثبت بر کارایی سازمانی دارد. نتایج این فرضیه در تایید یافته ی پژوهش ناهاپیت و قوشال (۱۹۹۸)، فوکویاما (۲۰۰۱) و یافته های پیرسون و کار (۲۰۱۱)، نیموتو (۲۰۱۲) و سوزبیلیر (۲۰۱۸) می باشد.

همچنین نتیجه فرضیه سوم پژوهش نشان داد که خلاقیت سازمانی بر کارایی سازمانی تاثیر دارد. نتایج این فرضیه در تایید پژوهش ادوارد (۲۰۰۱) هیندو (۲۰۰۷) (ارباس (۲۰۱۵) و سوزبیلیر (۲۰۱۸) می باشد.

همان طور که قبلا بیان شد، سازمان های دولتی و خصوصی باید این مفهوم و پویایی های آن را درک نوده و مورد بررسی قرار دهند و استراتژی هایی را برای سرمایه ی اجتماعی برقرار سازند. آن ها هم چنین باید به طور موثر در سرمایه ی اجتماعی سرمایه گذاری نمایند و تاثیرات آن بر خلاقیت سازمانی را در نظر بگیرند.

این مطالعه به نتیجه ی مشابهی دست یافت که خلاقیت سازمانی برای سازمان های خصوصی و دولتی، لازم و ضروری است تا بتوانند به طور کارآمد و موثر اهداف خود را محقق ساخته و خدمت رسانی بهتری به مشتریان خود داشته باشند. به عنوان یک سازمان دولتی برای تکمیل و تحقق وظایف و مسئولیت های خود، آژانس های کاریابی باید برای بهبود نتایج عملکرد مانند کارایی، رفتار خلاقانه ای داشته باشند. آن ها باید همه ی سیاست ها و فعالیت های لازم را در نظر گرفته و برای ایجاد سازمانی که می تواند خلاقیت را در همه ی جوانب خدمات و فعالیت های خود محقق سازد، به طور موفقیت آمیز پیاده سازی و اجرا نماید. یافته ی ما نشان می دهد که سرمایه ی اجتماعی، ساختار قطعی برای سازمان ها و به ویژه سازمان های دولتی است.



# 3<sup>rd</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

19 November 2021 | Penang, Malaysia

## منابع

- آرمان، فاطمه (۱۳۹۰)، بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و سلامت روانی در شهروندان، پایان نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه مازندران
- پیراهری، نیر (۱۳۸۸)، سرمایه اجتماعی در نظریات اجتماعی، پژوهش‌نامه علوم اجتماعی، سال ۳، شماره ۳
- توسلی، غلامعباس و موسوی، مرضیه (۱۳۸۴)، مفهوم سرمایه در نظریات کلاسیک و جدید، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۱۱، صص ۲-۳۲
- سلیمی، معصومه (۱۳۹۴)، نقش بهره‌وری منابع انسانی و مدیریت دانش، ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی و فرهنگی کار و جامعه، شماره ۱۸
- شارع‌پور، محمود (۱۳۸۰)، فرسایش سرمایه اجتماعی و پیامدهای آن، نامه انجمن جامعه‌شناسی ایران، شماره ۳
- شارع‌پور، محمود (۱۳۸۲)، ریشه‌های سرمایه اجتماعی، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان مازندران.
- شارع‌پور، محمود (۱۳۸۷)، جامعه‌شناسی آموزش و پرورش، تهران: انتشارات سمت
- شارع‌پور، محمود (۱۳۹۰)، سنجش نابرابری در سرمایه اجتماعی با استفاده از تکنیک ژنراتور، دو فصلنامه علمی-پژوهشی تحلیل اجتماعی دانشگاه شهید بهشتی، شماره ۴، صص ۱۱۱-۱۳۰
- غفاری، غلامرضا و امیدی، رضا (۱۳۸۸)، کیفیت زندگی شاخص توسعه اجتماعی، تهران: نشر تیراژه
- کرایب، یان (۱۳۸۱)، نظریه اجتماعی کلاسیک، ترجمه: شهناز مسمی پرست، تهران: نشر آگه
- کلمن، جیمز (۱۳۷۷)، بنیادهای نظریه اجتماعی، ترجمه: منوچهر صبوری، تهران: نشر نی
- موسوی، میرطاهر (۱۳۸۵)، مشارکت اجتماعی یکی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی، فصلنامه رفاه اجتماعی، شماره ۳، صص ۶۷-۹۲.
- موسوی، میرطاهر و همکاران (۱۳۸۹)، سرمایه اجتماعی جوانان ایران، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره ۱۰، شماره ۳، صص ۸۴-۵۷.

۲۱

- Daud, A. M., Omar, J., Turiman, P., & Osman, K. (۲۰۱۶). **Creativity in science education. Proce-dia-Social and Behavioral Sciences**, ۵۹, ۴۶۷-۴۷۴.
- Heidari, H. & Rostami, F. (۲۰۱۲). **Survey of Relationship between Social Capital and Organization Entrepreneurship** Case Study: Agricultural Organization of Sonqhur County, *Annals of Biological Research*, Vol. ۳, No.۷, pp. ۳۱۹۲-۳۱۹۹.
- Khosravi, R., C.W. Hodshire and S. Lotfi. (۲۰۱۴). **“Social Capital and Suicide: Social Workers' Obligation toward Contemporary Suicide Prevention**, *International Journal of Humanities and Social Science*, Vol. ۴, No. ۴, pp. ۸۳-۹۱.
- Pinprayong B. and Siengtai S. (۲۰۱۲). **Restructuring for organizational efficiency in the banking sector in thailand: a case study of siam commercial bank**. *Far East Journal of Psychology and Business*. Vol. ۸ No. ۲. P.p ۲۹-۴۲.
- Siegler, V. (۲۰۱۴). **Measuring social capital**, London, England, Office for National Statistics.