

Presenting a causal model in explaining the relationship between social capital and perfectionism of human resources with the mediation of organizational innovation

Maryam Hafezian ^{*1}, Shahrbanoo Dehrouyeh ², Hasan Emrouzi ³

1. Assistant Prof., Department of Educational Sciences, Adib Mazandaran Institute of higher education ,Sari, Iran.
2. Assistant professor, Department of Psychology, Adib Mazandaran Institute of higher education ,Sari, Iran.
3. Dept. of. Educational Management,Bojnourd branch,Islamic Azad University,Bojnourd,Iran.

*Corresponding Author: **Maryam Hafezian**, E-mail: ma.hafez@yahoo.com

Abstract

Background and Aim: Considering the increasing role of innovation and the expansion of knowledge-based organizations, whose competitive advantage is based on innovation and the creation of new products and services, and also considering the tremendous impact that social capital has on promoting group and organizational innovation, the necessity of acquiring and promoting social capital in knowledge-based organizations is essential and important. In this study, the relationship between social capital and perfectionism with the mediating role of organizational innovation in the form of a causal model was examined.

Methods: The statistical population includes all the educational staff of Bojnourd city with 4903 people who according to the Cochran's formula 356 people were selected by Non-probability sampling method available. The research tools were three social capital questionnaires, Nahapet and Goshal (1998), The Perfectionism of Hill et al. (2004) and Organizational Innovation of Amid et al. (2007). The validity of the questionnaires was formal and content, which was approved by the professors in the field of management, and their reliability was estimated through Cronbach's alpha (0.82, (0.77) and (0.78), respectively). The analysis of the findings was conducted using descriptive and inferential statistics with the assistance of SPSS software version 22. Furthermore, to examine validity and reliability, confirmatory factor analysis was employed using AMOS software version 16, and structural equation modeling was also utilized to analyze the hypotheses related to the mediating variables.

Results: The findings indicated that, according to the bootstrap decision-making chart, the direct path between social capital and perfectionism in the model remained significant even after including the mediating variable of organizational innovation. Therefore, it can be concluded with 95% confidence that the path between social capital and perfectionism is positive and significant. Additionally, adaptive perfectionism leads to increased innovation.

Conclusion: Based on the results, it can be argued that the more employees have the tendency and motivation to do hard work and are motivated with the goal of success, and while emphasizing high performance standards, they can understand the external realities and the limitations. accept, they can achieve their goals more innovatively and creatively.

Keywords: Social capital, perfectionism, human resources, organizational innovation

DOI: 10.22098/pbeo.2025.17846.1062

Received: 2025/01/31

Accepted: 2025/03/22

ارائه مدل علی در تبیین روابط سرمایه اجتماعی و کمال گرایی منابع انسانی با نقش میانجی نوآوری سازمان

مریم حافظیان^۱، شهربانو دهرویه^۲، حسن امروزی^۳

۱. استادیار گروه علوم تربیتی، مؤسسه آموزش عالی ادیب مازندران، ساری، ایران

۲. استادیار گروه روانشناسی، مؤسسه آموزش عالی ادیب مازندران، ساری، ایران

۳. گروه علوم تربیتی، واحد بجنورد، دانشگاه آزاد اسلامی، بجنورد، ایران.

* نویسنده مسئول: مریم حافظیان، رایانامه: [E-mail: ma.hafez@yahoo.com](mailto:ma.hafez@yahoo.com)

چکیده

زمینه و هدف: با توجه به نقش روزافزون نوآوری و گسترش سازمان‌های دانش بنیان که مزیت رقابتی آنان مبتنی بر نوآوری و خلق محصولات و خدمات جدید است و همچنین با توجه به تأثیر شگرفی که سرمایه اجتماعی بر ارتقاء نوآوری گروهی و سازمانی دارد، ضرورت کسب و ارتقاء سرمایه اجتماعی در سازمان‌های مبتنی بر دانش امری ضروری و حائز اهمیت است. لذا در این پژوهش رابطه سرمایه اجتماعی و کمال گرایی با نقش میانجی نوآوری سازمانی در قالب یک مدل علی مورد بررسی قرار گرفت.

روش: جامعه آماری شامل کلیه کارکنان آموزش و پرورش شهرستان بجنورد به تعداد ۴۹۰۳ نفر که بر طبق فرمول کوکران ۳۵۶ نفر به شیوه نمونه‌گیری غیر احتمالی در دسترس انتخاب شدند. ابزار پژوهش سه پرسشنامه سرمایه اجتماعی ناهایت و گوشال (۱۹۹۸)، کمال گرایی هیل و همکاران (۲۰۰۴) و نوآوری سازمانی آمید و همکاران (۲۰۰۷) بود. روایی پرسشنامه‌ها صوری و محتوایی بود که مورد تأیید اساتید حوزه مدیریت قرار گرفت و پایایی آن‌ها از طریق آلفای کرونباخ به ترتیب (۰/۸۲)، (۰/۷۷) و (۰/۷۸) برآورد گردید. تجزیه و تحلیل یافته‌ها با استفاده از آمار توصیفی و استنباطی و به کمک نرم‌افزار SPSS22 انجام گرفت. همچنین برای بررسی روایی و پایایی، از تحلیل عاملی تأییدی به کمک نرم‌افزار AMOS16 استفاده شد و مدل‌سازی معادلات ساختاری نیز به منظور تحلیل فرضیه‌های مربوط به متغیرهای میانجی به کار رفت.

یافته‌ها: یافته‌ها نشان داد که مطابق نمودار تصمیم‌گیری بوت‌استرپ، مسیر مستقیم بین سرمایه اجتماعی و کمال گرایی در مدل با وجود متغیر میانجی نوآوری سازمانی، معنی‌دار بوده است. بدین منظور نتیجه گرفته می‌شود که مسیر بین سرمایه اجتماعی و کمال گرایی با ۹۵٪ اطمینان مثبت و معنی‌دار است. کمال گرایی سازگار منجر به افزایش نوآوری می‌شود.

نتیجه‌گیری: بر اساس نتایج می‌توان چنین استدلال کرد که هر چه کارکنان گرایش و انگیزه بیشتری برای روی آوردن به کارهای سخت داشته باشند و با هدف موفقیت برانگیخته شوند و ضمن تأکید بر معیارهای سطح بالای عملکردی، بتوانند واقعیت‌های بیرونی را درک کرده و محدودیت‌ها را بپذیرند، بیشتر نوآورانه و خلاقانه می‌توانند به اهداف خود برسند.

واژه‌های کلیدی: سرمایه اجتماعی، کمال گرایی، منابع انسانی، نوآوری سازمانی

DOI: 10.22098/pbeo.2025.17846.1062

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۱/۱۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۱/۲

مقدمه

کمال‌گرایی^۱ یکی از ویژگی‌های شخصیتی است که در دو بعد مثبت و منفی تعریف می‌شود. کمال‌گرایی در بعد مثبت می‌تواند مفید و سازنده باشد و بنابر تعریف هامچک^۲ (۱۹۷۸) عبارت است از تلاش در رقابت برای برتری و کمال و تحقق اهداف خود، پذیرش محدودیت‌ها و شکست‌های خود و سعی در جبران آن‌ها و کمال‌گرایی منفی عبارت‌اند از داشتن اهداف و انتظارات غیرواقع‌بینانه، اجتناب شدید از شکست، آسیب‌پذیری در برابر انتقادگری خود و دیگران و احساس ناراضی (توتونچی و همکاران، ۱۳۹۱). از دیدگاه استوبر و اتو^۳ (۲۰۰۶) کمال‌گرایان سالم سطوح بالایی از کوشش‌های کمال‌گرایانه را با سطح کمی از نگرانی‌های کمال‌گرایانه نشان می‌دهند و در مقابل کمال‌گرایان ناسالم با سطوح بالای کوشش‌های کمال‌گرایانه و نگرانی‌های سطح بالای کمال‌گرایانه می‌باشند. توجه انتخابی، تعمیم افراطی شکست‌ها، ارزیابی سخت‌گیرانه از خود و گرایش به تفکر همه یا هیچ، از ویژگی‌های دیگر افراد کمال‌گرای ناسالم (کمال‌گرایی منفی) است که آن‌ها را با مشکلات سازگاری روبه‌رو می‌کند (توتونچی و همکاران، ۱۳۹۱). هیل^۴ و همکاران (۲۰۰۴) هشت بعد را معرفی کرده‌اند که عبارت‌اند از تمرکز بر اشتباهات، معیارهای بالا برای دیگران، نیاز به تأیید، نظم و سازمان‌دهی، ادراک فشار از سوی والدین، هدفمندی، نشخوار فکر، تلاش برای عالی بودن. در این رویکرد، کمال‌گرایی در چارچوب انواع متداول قلبی یعنی کمال‌گرایی سازگار- ناسازگار (بهنجار- نابهنجار یا مثبت -منفی) قابل‌بحث است و بین جنبه‌های سازگارانه و ناسازگارانه کمال‌گرایی تمایز روشن‌تری قائل شده است، بدین ترتیب که از مجموع ابعاد نظم و سازمان‌دهی، هدفمندی، تلاش برای عالی بودن، معیارهای بالا برای دیگران جنبه سازگار و از مجموع ابعاد تمرکز بر اشتباهات، نیاز به تأیید، ادراک فشار از سوی والدین، نشخوار فکر جنبه ناسازگار کمال‌گرایی حاصل می‌شود (محمدزاده و همکاران، ۱۳۹۵). به عقیده فراست^۵ و همکاران (۱۹۹۰) کمال‌گرایی نیز به‌عنوان صفت شخصیتی سازه‌ای چندبعدی است که با تلاش برای بی‌نقص بودن و وضع معیارهای عالی برای عملکرد همراه با ارزشیابی‌های کاملاً انتقادی از رفتار شخصی و حساسیت بیش‌ازحد در مورد اشتباهات مشخص می‌شود. کمال‌گرایی سازگارانه شامل معیارها و توقعات منطقی و واقعی و همچنین اهدافی است که توسط نیاز به پیشرفت سوق داده می‌شوند و برای فرد عزت‌نفس بالا و رضایت از زندگی را به ارمغان می‌آورند. کمال‌گرایی ناسازگارانه گرایش به معیارهای فردی غیرواقعی بالا در هر موقعیتی است که با نیاز شدید به اجتناب از شکست مشخص می‌شود (هربرت^۶، ۲۰۰۸). فروید^۷ (۱۹۷۵) در توصیف افراد کمال‌گرا اظهار می‌کند که محرک اصلی در زندگی این افراد رسیدن به خوشبختی نیست، بلکه تکامل و برتری یافتن است. زندگی آن‌ها در یکسری حتم‌ها، بایدها و نبایدها خلاصه شده است. آن‌ها در هر کاری باید به کمال برسند و به بهترین شیوه آن را انجام دهند و گرنه خرسند نخواهند شد و نرسیدن به کمالات آن‌ها را دچار اضطراب و افسردگی شدید می‌کند. این توقعات بی‌جا و عهده‌دار شدن مسئولیت سنگین و غیرمنطقی، عرصه زندگی را بر آنان تنگ می‌کند (خانابانی، ۱۳۸۵). افراد کمال‌گرا به خاطر میل

1 - perfectionism

2 - Hamachek

3 - Stoeber J, Otto

4 - Hill

5 - Frost

6 - Herbert

7 -Freud

به پیشرفت و ترقی، بلکه به خاطر ترس از شکست، برانگیخته می‌شوند. ترس موجب رفتار اجتنابی می‌شود و رفتار اجتنابی پیوسته فرد را گوش‌به‌زنگ نگه می‌دارد و به موجب آن فرد از آنچه که ترس‌آور است، اجتناب می‌نماید (هاماچک^۱، ۲۰۰۰). یکی از متغیرهایی که در ارتباط با کمال‌گرایی می‌تواند مطرح گردد، سرمایه اجتماعی^۲ است. سرمایه اجتماعی، مجموعه‌ی هنجارهای موجود در سیستم‌های اجتماعی است که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای آن جامعه و پایین آمدن سطح هزینه‌های تبادلات و ارتباطات می‌شود (جندقی و همکاران، ۱۳۹۶).

امروزه موفقیت سازمان‌ها را نمی‌توان فقط در انباشت ثروت مادی و تجهیز به آخرین امکانات و فناوری‌ها ارزیابی کرد، زیرا سرمایه مالی، فیزیکی و انسانی بدون سرمایه اجتماعی فاقد کارآیی مؤثر است. برای تقویت، رشد و توسعه اقتصادی در سازمان‌ها باید به محیط اجتماعی کسب و کار توجه ویژه‌ای شود که در این میان یکی از مهم‌ترین متغیرهای اجتماعی موجود در محیط کسب و کار، سرمایه اجتماعی است (مؤذن جمشیدی و حق پرست کنارسری، ۱۳۹۵). سرمایه اجتماعی از متغیرهایی است که به نظر می‌رسد با کمال‌گرایی و نوآوری سازمانی مرتبط باشد که می‌تواند به سازمان‌های آموزشی در خلق و تسهیم دانش کمک بسیار و برای آن‌ها در مقایسه با سازمان‌های دیگر مزیت سازمانی پایدار ایجاد کند. لذا توجه به سرمایه اجتماعی و اهمیت ارتباطات و تعاملات مبتنی بر اعتماد میان افراد در گسترش دانش مورد تأکید قرار گرفته است و پیشرفت و توسعه و بهبود عملکرد کارکنان بدون وجود سرمایه اجتماعی و انتقال دانش میان آن‌ها امکان‌پذیر نمی‌باشد (انصاری و همکاران، ۱۳۹۰). واکلر و همکارانش^۳ (۱۹۹۷) سرمایه اجتماعی را به عنوان یک شیوه تقویت استانداردهای رفتاری در سازمان تلقی کرده‌اند (چانگ و همکاران^۴، ۲۰۰۶). امروزه سرمایه اجتماعی بستر مناسبی برای بهره‌وری سرمایه انسانی و فیزیکی و راهی برای نیل به موفقیت قلمداد می‌شود. مدیران و کسانی که بتوانند در سازمان سرمایه اجتماعی ایجاد کنند، راه کامیابی شغلی و سازمانی خود را هموار می‌سازند. می‌توان گفت سرمایه اجتماعی مدیریت پذیر است به این معنا که می‌توان آن را بر اساس سیاست‌گذاری‌ها در حوزه‌های مشخص از سازمان بازسازی یا به فرایند شکل‌گیری آن کمک نمود (نصرافهانی و همکاران، ۱۳۹۰). ناهاپیت و گوشال^۵ (۱۹۹۸) سه بعد ساختاری، رابطه‌ای و شناختی را برای سرمایه اجتماعی بر می‌شمرند. بعد ساختاری که وضعیت غیرشخصی پیوندهای بین افراد یا واحدها را توصیف می‌کند. بعد رابطه‌ای که توصیف‌کننده انواع روابط شخصی‌ای است که افراد با همدیگر، به واسطه تاریخی از تعاملات گسترش داده و بر روابط خاصی همچون احترام و رفاقت، که رفتار افراد را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد، تمرکز دارد. بعد شناختی به منابعی که فراهم‌کننده مظاهر، تفاسیر و سیستم معانی مشترک در میان طرفین است، اشاره می‌کند (لنا و پیل^۶، ۲۰۰۶). محمودی میمند و کیارزم (۱۳۹۴) به این نتیجه رسیدند که بین بعد شناختی، رابطه‌ای و ساختاری سرمایه اجتماعی و نوآوری رابطه معنی‌داری وجود دارد. سرمایه اجتماعی دارای نقش و کارکرد ویژه‌ای در فرایندهای مربوط به نوآوری سازمانی و فردی است. به علاوه

¹ - Hamachek

² - Social capital

³ - Walker

⁴ - Chang

⁵ - Nahapit & Ghoshal

⁶ - Leana & Pil

افراد خلاق و نوآور مستقر در گروه های اجتماعی که دارای سرمایه اجتماعی بیشتری هستند، به احتمال فراوان در وضعیت های سودمندی در داخل شبکه ها قرار دارند (آلیستایر و همکاران^۱، ۲۰۰۲: ۱۷).

از طرفی امروزه موضوع نوآوری سازمانی^۲ توجه بسیاری از دانشمندان و پژوهشگران مختلف را به خود جلب کرده است و از اهمیت بسیار زیادی در سازمان های پر از تغییر و تحول امروزی برای رقابت با سازمان های رقیب و ماندن در چرخه تحولات پیدا کرده است، نوآوری سازمانی مستلزم تبدیل ایده ها به اشکال قابل استفاده سازمانی است و این ایده برای پیشبرد عملکرد سازمانی مورد استفاده قرار می گیرد. به طور کلی نوآوری، مجموعه ای از دانش، ایده، روش ها و مهارت هایی است که می تواند به عنوان ویژگی های منحصربه فرد برای شیوه های تولید و رقابتی سازمان باشد (رجبی فرجاد، ۱۳۹۵). سرمایه اجتماعی نقشی تعیین کننده در نوآوری دارد (منطقی و همکاران، ۱۳۹۵). دهقانان و هرنندی (۱۳۹۳) نشان دادند که سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه مؤثر است. امروزه اکثر سازمان ها با یک محیط پویا مواجه هستند که به وسیله تغییرات تکنولوژیکی سریع، چرخه تولید کوتاه مدت و جهانی شدن مشخص می شوند و با مشکلاتی نظیر فشار مالی، رقابت با سایر سازمان ها، جذب کارکنان مستعدتر، اعطای استقلال بیشتر به کارکنان روبرو هستند و برای غلبه بر این مشکلات نیاز دارند که خلاق و نوآور باشند تا بتوانند به بقای خود ادامه داده، رشد کنند و رقابت نمایند. نوآوری از مسیرهای رشد و عملکرد امیدبخش سازمانی است و همچنین به آن به عنوان جزء ضروری حفظ رقابت و تضمین پتانسیل آینده سازمان اشاره می شود و به طور بالقوه باعث پاداش های بیشتر، فروش بیشتر، سودآوری و افزایش سهم بازار می شود. همچنین می تواند بازارهای فعلی را تخریب و جنبه های جدیدی را ایجاد نماید (صفرزاده و همکاران، ۱۳۹۱). از آن جایی سازمان های امروزی برای ادامه حیات بایستی پویا بوده و مدیران و کارکنان آن ها، افرادی خلاق و نوآور باشند تا بتوانند سازمان را با این تحولات منطبق ساخته و جوابگوی نیازهای جامعه باشند. می توان گفت در سیستم اقتصاد جهانی و رقابت روزافزون موجود، خلاقیت و نوآوری در حکم بقای کلید موفقیت سازمان است (صمدآقایی، ۱۳۸۰). نوآوری مستلزم همگرایی دانش های متنوعی است که به اعضای مختلف سازمان تعلق دارند و سرمایه اجتماعی این همگرایی را فراهم می کند. سرمایه اجتماعی از طریق افزایش و ترغیب همکاری و هماهنگی بین افراد و واحدهای مختلف سازمان، نوآوری را تسهیل می نماید.

سازمان آموزش و پرورش به عنوان یک محیط آموزشی و فرهنگی فعالیت می کند و مهم ترین وظیفه آن تلاش برای ایجاد بستری مناسب جهت خلق، انتقال و توسعه دانش در سازمان های آموزشی می باشد. انتقال اطلاعات و دانش در سازمان بستگی به افرادی دارد که این انتقال را تسریع و تسهیل می کنند. افراد نوآور و افراد کمال گرا دارای ویژگی های شخصیتی مشابه و یکسانی هستند، بر این اساس می توان رابطه ای را بین افراد کمال گرا و نوآور تصور نمود به گونه ای که شاید افراد نوآور، کمال گرایی هستند که بعد مثبت شخصیت خود را پرورش داده اند و یا اینکه کمال گرایی باعث بروز نوآوری در افراد می شود. نوآوری به عنوان عامل مهم و حیاتی سازمان ها به منظور ایجاد ارزش و مزیت رقابتی پایدار در محیط پیچیده و متغیر امروزی است. سازمان ها با نوآوری بیشتر، در پاسخ به محیط های متغیر و ایجاد و توسعه قابلیت های جدیدی که به آن ها اجازه دهد به عملکرد بهتری برسند، موفق خواهند بود (برومند و رنجبری، ۱۳۸۸). در عصر حاضر سازمان ها به صورت فزاینده ای

¹ - Alistair & Anderson

² - organizational innovation

با محیط‌های پویا و در حال تغییر مواجه‌اند؛ بنابراین به‌منظور بقا و پویایی خود مجبورند که خود را با تغییرات محیطی سازگار سازند. به‌بیان‌دیگر با توجه به‌سرعت شتابنده تغییرات و تحولات عالمی، فناوری، اجتماعی، فرهنگی و غیره در عصر حاضر سازمان‌هایی موفق و کارآمد محسوب می‌شوند که علاوه بر هماهنگی با تحولات جامعه امروزی بتوانند مسیر تغییرات و دگرگونی را نیز در آینده پیش‌بینی کرده و قادر باشند که این تغییرات را در جهت ایجاد تحولات مطلوب برای ساختن آینده‌ای بهتر هدایت کنند (اخوان و ابوعلی، ۱۳۸۹). آموزش و پرورش از جمله سازمان‌هایی است که به‌عنوان یک محیط آموزشی و فرهنگی فعالیت می‌کند. آموزش و پرورش با توجه به ایده‌های خلاق و نوآور و تعامل و تشویق کارکنان می‌تواند آن‌ها را خلاق و نوآور بار بیاورد و از سرمایه اجتماعی که در سازمان وجود دارد، به بهترین نحو استفاده کند، تا بتواند سازمان را با تحولات منطبق ساخته و جوابگوی نیازهای جامعه باشد، زیرا خلاقیت و نوآوری حکم بقای کلید موفقیت سازمان است. آموزش و پرورش نقش مهمی را در افزایش و انتقال سرمایه اجتماعی در جامعه ایفا می‌نماید، زیرا سرمایه اجتماعی هر جامعه ناشی از وضعیت فرهنگی و اجتماعی آن جامعه است و یکی از شاخص‌های مهم وضعیت فرهنگی و اجتماعی آن جامعه می‌باشد، از سوی دیگر در وضعیت سرمایه اجتماعی هر جامعه‌ای عواملی از قبیل نهاد آموزش و پرورش تأثیرگذار می‌باشد. فرآیند جامعه‌پذیری هر فردی در سطوح متفاوت از نهاد آموزش و پرورش می‌گذرد و این امر در وضعیت سرمایه اجتماعی جامعه بسیار تأثیرگذار است. (تاجبخش و همکاران، ۱۳۸۲). سرمایه اجتماعی به‌عنوان عامل کلیدی و بالقوه مؤثر در ارتقاء سطح عملکرد و موفقیت سازمان و خلق مزیت رقابتی جلب کرده است و زیربنای نوآوری می‌باشد (سابرامانیام و یوندت، ۲۰۰۵). اهمیت سرمایه اجتماعی به این دلیل است که حضورش نوعی از کنش را میسر می‌سازد و برای افراد، گروه‌ها و سازمان‌هایی که به اندازه کافی از آن برخوردار هستند، مفید و سودمند است (فوسل^۲، ۲۰۰۶). سازمانی با سرمایه اجتماعی نیرومند، قادر به دسترسی سریع با زمانبندی مناسب به مجموعه متنوعی از اطلاعات به‌منظور خلق عملکرد نوآورانه است. این سرمایه نوعی دارایی ناملموس برای سازمان‌ها به‌شمار می‌رود (فائدی و علیزاده ثانی، ۱۳۹۵). امروزه اکثر سازمان‌ها با یک محیط پویا مواجه هستند که به وسیله تغییرات تکنولوژیکی سریع، چرخه تولید کوتاه مدت و جهانی شدن مشخص می‌شوند و با مشکلاتی نظیر فشار مالی، رقابت با سایر سازمان‌ها، جذب کارکنان مستعدتر، اعطای استقلال بیشتر به کارکنان روبرو هستند و برای غلبه بر این مشکلات نیاز دارند که خلاق و نوآور باشند تا بتوانند به بقای خود ادامه داده، رشد کنند و رقابت نمایند. نوآوری، یکی از مسیرهای رشد و عملکرد امیدبخش سازمانی است و همچنین به آن به‌عنوان جزو ضروری حفظ رقابت و تضمین پتانسیل آینده سازمان اشاره می‌شود و به‌طور بالقوه باعث پاداش‌های بیشتر، فروش بیشتر، سودآوری و افزایش سهم بازار می‌شود. همچنین می‌تواند بازارهای فعلی را تخریب و جنبه‌های جدیدی را ایجاد نماید (صفرزاده و همکاران، ۱۳۹۱).

نتایج پژوهش عرب کلمری و همکاران (۱۴۰۰) نشان داد که مدیریت منابع انسانی پایدار بر شهرت سازمانی تأثیر مستقیم مثبت و معناداری ندارد ولی از طریق متغیر نوآوری بعنوان میانجی کامل، بر متغیر شهرت سازمانی تأثیر گذار بوده است. یافته‌های پژوهش سنگری و همکاران (۱۳۹۹) بر تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سرمایه اجتماعی نشان دهنده تأثیر معنادار شبکه‌های اجتماعی سازمانی بر ابعاد اعتماد، شبکه‌ها، همکاری، روابط، هم‌سویی ارزش‌ها، درک متقابل و تعهد سرمایه اجتماعی است.

¹ - Subramaniam & Youndt

² - Fussel

توکلی و معتمدی گلوگاهی (۱۳۹۹) در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که سرمایه اجتماعی بر نوآوری راهبردی تأثیرگذار است. همچنین، جو نوآورانه سازمانی نیز در رابطه بین سرمایه اجتماعی و نوآوری راهبردی نقش تعدیل گر ایفا می کند. قادری و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهش خود نشان دادند که سرمایه اجتماعی بر قابلیت های پویا و فضای مبادله تأثیر مثبت می گذارد. همچنین، نقش میانجی فضای مبادله در رابطه بین سرمایه اجتماعی و قابلیت های پویا در این پژوهش تأیید شد. پژوهش حمیدی زاده و همکاران (۱۳۹۶) نشان داد که سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی و استراتژی های دوگانه مدیریت دانش و استراتژی های دوگانه مدیریت دانش بر نوآوری سازمانی تأثیر مثبت و معنی دار می گذارد. هم چنین قاندى و علیزاده ثانی (۱۳۹۵) به این نتیجه رسیدند که بین ابعاد سرمایه اجتماعی، دو بعد تعامل اجتماعی و اعتماد، بر تعهد به نوآوری و توسعه دانش مشتری تأثیر مثبت می گذارند، اما تأثیر مثبت بعد هنجارهای مشترک بر متغیرهای تعهد به نوآوری و توسعه دانش مشتری ثابت نشد. تعهد به نوآوری بر توسعه دانش مشتری به طور مثبت تأثیرگذار است. همچنین، تأثیر مثبت دو متغیر تعهد به نوآوری و توسعه دانش مشتری بر عملکرد نوآوری تأیید شد. منطقی و همکاران (۱۳۹۵) به این نتیجه رسیدند که سرمایه اجتماعی بر تاب آوری، توانمندسازی و عملکرد نوآورانه تأثیر مثبت و معناداری می گذارد. همچنین، دو متغیر تاب آوری و توانمندسازی بر عملکرد نوآورانه تأثیر مستقیم و معنادار می گذارد. دهقانان و هرندی (۱۳۹۳) نشان دادند که سرمایه اجتماعی و انتقال دانش بر عملکرد نوآورانه شرکت های دانش بنیان ایرانی مؤثرند. همچنین نقش میانجی گری انتقال دانش در اثرگذاری سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه شرکت های دانش بنیان ایرانی نیز مورد تأیید قرار گرفت. هون و هین^۱ (۲۰۱۳) در پژوهش خود نشان دادند که دانش آموزان دبیرستانی بین المللی، تمایل بیشتری به سمت خودگرا، کمال اجتماعی و خلاقیت دارند. آلگوزوی و فیلیری^۲ (۲۰۱۰) در پژوهش خود به بررسی نقش سرمایه اجتماعی در نوآوری پرداختند که نتایج نشان داد هم شبکه های انبوه (اعتماد، تسهیم اثربخش اطلاعات، مشارکت اثربخش) و هم شبکه های پراکنده (دستیابی به دانش های خاص، کنترل تغییر اطلاعات و غیره) بر عملکرد نوآوری تأثیرگذار است. مورلز و فرناندز^۳ (۲۰۱۰) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که ابعاد سرمایه اجتماعی از جمله اعتماد، بینش مشترک و درگیری کارکنان بر روی نوآوری سازمان اثرگذار هستند. لذا با توجه به مبانی نظری و پیشینه، این پژوهش با هدف ارائه مدل علی در روابط بین سرمایه اجتماعی و کمال گرایی با نقش واسطه ای نوآوری سازمانی کارکنان آموزش و پرورش انجام شد. بنابراین به دنبال این هدف شکل ۱ مدل مفهومی پژوهش را نشان می دهد که بر اساس این فرضیه های ذیل در این پژوهش مورد آزمون قرار گرفت.

فرضیه اصلی: بین سرمایه اجتماعی و کمال گرایی با نقش واسطه ای نوآوری سازمانی کارکنان رابطه وجود دارد.
فرضیه های فرعی

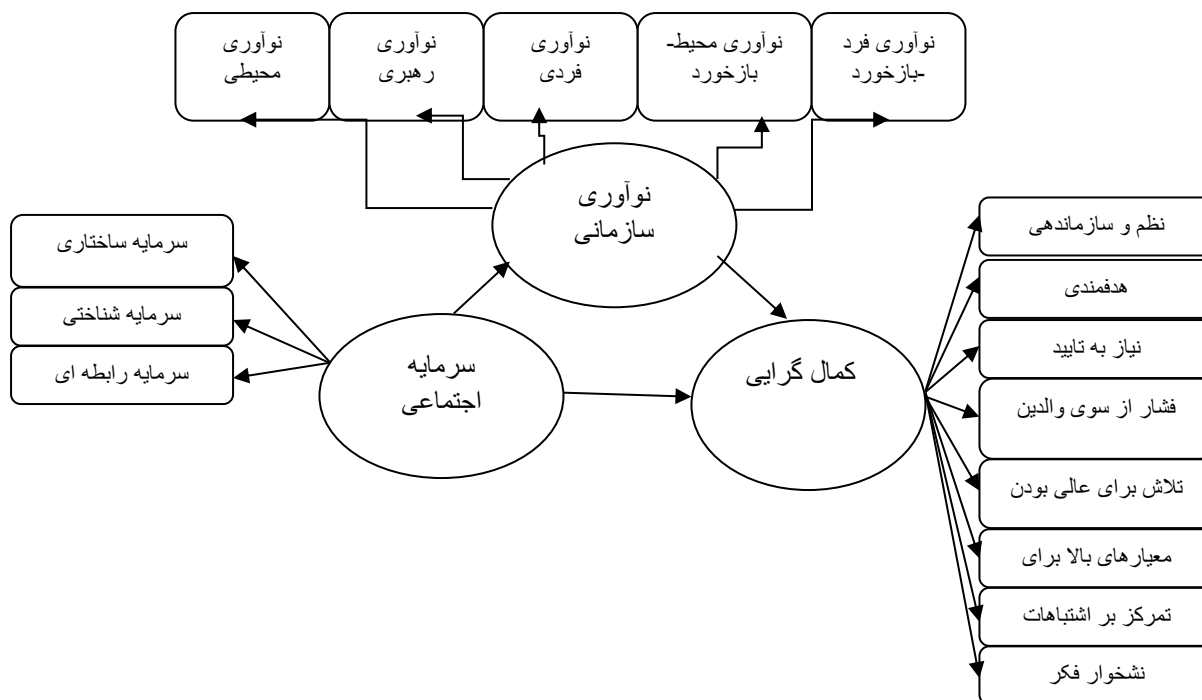
۱. بین سرمایه اجتماعی و کمال گرایی کارکنان آموزش و پرورش شهرستان بجنورد رابطه وجود دارد.
۲. بین سرمایه اجتماعی و نوآوری سازمانی کارکنان آموزش و پرورش شهرستان بجنورد رابطه وجود دارد.

^۱ - Hoon & Heen

^۲ - Algeuzai & Filieri

^۳ - Molina-Morales & Martinez-Fernandez

۳. بین نوآوری سازمانی و کمال گرایی کارکنان آموزش و پرورش شهرستان بجنورد رابطه وجود دارد.



شکل ۱. مدل مفهومی روابط بین متغیرهای پژوهش (نگارندگان)

روش

روش پژوهش حاضر، از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ نوع پژوهش توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کلیه کارکنان آموزش و پرورش شهرستان بجنورد در سال ۱۳۹۷ می باشد که تعداد ۴۹۰۳ نفر می باشد. طبق فرمول کوکران حجم نمونه ۳۵۶ نفر شد که به روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. جهت جمع آوری داده ها از سه پرسشنامه استفاده شد.

الف- پرسشنامه سرمایه اجتماعی: پرسشنامه سرمایه اجتماعی ناهایت و گوشال (۱۹۹۸) دارای ۲۸ سؤال و ۳ مؤلفه (سرمایه ساختاری، سرمایه رابطه ای، سرمایه شناختی) می باشد پاسخ های این آزمون بر روی مقیاس پنج درجه ای در طیف لیکرت (خیلی کم، کم تا حدودی، زیاد، خیلی زیاد) به ترتیب ۱ تا ۵ تنظیم شده است. در این پژوهش روایی از نوع صوری و محتوایی بوده مورد تأیید اساتید و خبرگان قرار گرفت و پایایی با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۲ محاسبه گردید.

ب- پرسشنامه کمال گرایی: برای ارزیابی کمال گرایی از مقیاس کمال گرایی هیل و همکاران (۲۰۰۴) استفاده شده است. این مقیاس دارای ۵۹ گویه و ۸ خرده مقیاس (نظم و سازماندهی، هدفمندی، تلاش برای عالی بودن، معیارهای بالا برای دیگران، نیاز به تأیید، تمرکز بر اشتباهات، فشار از سوی والدین و نشخوار فکر می باشد. گویه ها بر اساس مقیاس پنج درجه ای لیکرت

نمره گذاری می شوند. در این مقیاس از ترکیب چهار بعد اولیه، جنبه‌ی سازگار و از ترکیب چهار بعد بعدی جنبه ناسازگارانه کمال‌گرایی حاصل می‌شود. در این پژوهش روایی از نوع صوری و محتوایی بوده مورد تأیید اساتید و خبرگان قرار گرفت. در پژوهش جمشیدی و همکاران (۱۳۸۸)، اعتبار سازه مذکور با تحلیل عاملی تأیید شده و ضریب آلفای کرونباخ آن برای خرده مقیاس‌ها در دامنه ۰/۶۱ - ۰/۹۱ برآورده شده است. ضریب پایایی در این پژوهش با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۷۷ محاسبه گردید.

ج- پرسشنامه نوآوری سازمانی: پرسشنامه نوآوری سازمانی آمید و همکاران (۲۰۰۷) دارای ۲۴ سؤال و ۵ بعد (نوآوری محیطی، نوآوری رهبری، نوآوری فردی، نوآوری محیط - بازخورد، نوآوری فرد - بازخورد) می‌باشد پاسخ‌های این آزمون بر روی مقیاس پنج درجه‌ای در طیف لیکرت تنظیم شده است. در این پژوهش روایی از نوع صوری و محتوایی بوده مورد تأیید اساتید و خبرگان قرار گرفت. در این پژوهش پایایی ۰/۷۸ محاسبه گردید. برای تجزیه و تحلیل یافته‌ها در بخش آمار توصیفی از جدول توزیع فراوانی، نمودار، میانگین و انحراف استاندارد و در بخش آمار استنباطی برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و تعمیم نتایج از آزمون ضریب همبستگی و رگرسیون به کمک نرم‌افزار آماری Spss22 و از نرم‌افزار EXCEL، AMOS16 به منظور بررسی روایی و پایایی، تحلیل عاملی تأییدی استفاده شده است و از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری به منظور تحلیل فرضیه‌های مربوط به متغیرهای میانجی بهره گرفته شده است.

یافته‌ها

برای آزمون نرمال بودن متغیرها، از آزمون چولگی و کشیدگی استفاده گردید که نتایج آن در جدول زیر ارائه گردیده است. همانگونه که مشاهده می‌گردد با توجه به اینکه بازه اعداد چولگی بین ۳ و ۳- و برای کشیدگی بین ۱۰ و ۱۰- می‌باشد در نتیجه فرض نرمال بودن داده‌ها مورد تأیید است.

جدول ۱. نتایج آزمون نرمال بودن داده‌ها

نام متغیر	چولگی	کشیدگی
سرمایه ساختاری	۰/۸۰۳	۱/۱۴۸
سرمایه شناختی	۰/۶۹۴	۱/۳۱۲
سرمایه رابطه‌ای	۰/۰۵۵	۰/۱۱۳
نظم و سازماندهی	۰/۸۸۶	۰/۵۷۶
هدفمندی	۰/۸۳۱	۰/۴۸۰
نیاز به تأیید	۰/۲۵۹	- ۰/۰۱۶
فشار از سوی والدین	۰/۲۹۴	- ۰/۵۱۳
تلاش برای عالی بودن	۰/۵۶۴	- ۱/۰۲۳
معیارهای بالا برای دیگران	۰/۶۲۸	- ۰/۰۸۰

۰/۵۱۶	-	۰/۷۱۶	تمرکز بر اشتباهات
۰/۰۲۱		۰/۸۸۰	نشخوار فکر
-۰/۵۰۱		۰/۲۳۵	نوآوری فردی
۰/۳۰۳		۱/۱۱۶	نوآوری محیطی
۰/۴۴۸		۰/۹۸۲	نوآوری رهبری
۰/۴۳۶	-	۰/۷۸۹	نوآوری محیط - بازخورد
۰/۴۴۶		۱/۰۰۱	نوآوری فرد - بازخورد

تحلیل مدل اندازه گیری: در این مرحله، تعیین می شود که آیا مفاهیم نظری به درستی توسط متغیرهای مشاهده شده اندازه گیری شده اند یا خیر. بدین منظور روایی و پایایی آن ها بررسی می گردد. در یک مدل AMOS، پایایی هر یک از نشانگرهای متغیرهای مکنون (سازه ها)، سازگاری درونی (پایایی سازه) و همچنین روایی همگرا مورد تجزیه و تحلیل قرار می گیرد.

پایایی نشانگرهای متغیرهای مکنون: پایایی هر یک از نشانگرهای متغیر مکنون، در مدل AMOS توسط میزان بارهای عاملی هر نشانگر مشخص می شود. ارزش هر یک از بارهای عاملی نشانگرهای متغیر مکنون مربوطه می بایست بزرگتر یا مساوی ۰/۵ باشد (فالکر و میلر، ۱۹۹۲). در جدول ۲ میزان بارهای عاملی برای نشانگرهای متغیرهای مکنون تحقیق قابل مشاهده است.

جدول ۲. بارعاملی متغیرهای مکنون

متغیر نشانگرها	سرمایه اجتماعی	کمال گرایی	نوآوری سازمانی	C.R
سرمایه ساختاری	۰/۸۰۹			
سرمایه شناختی	۰/۸۰۹			۹/۷۰۹
سرمایه رابطه ای	۰/۷۱۷			۸/۸۰۱
نظم و سازماندهی		۰/۷۷۲		
هدفمندی		۰/۶۷۴		۱۳/۴۰۰
نیاز به تأیید		۰/۷۵۴		۹/۱۳۷
فشار از سوی والدین		۰/۷۱۶		۸/۳۶۵
تلاش برای عالی بودن		۰/۵۳۳		۶/۳۹۹
معیارهای بالا برای دیگران		۰/۷۶۶		۹/۳۶۴
تمرکز بر اشتباهات		۰/۵۰۰		۵/۹۸۸
نشخوار فکر		۰/۴۷۲		۵/۶۲۹
نوآوری فردی			۰/۶۳۹	۸/۶۱۷

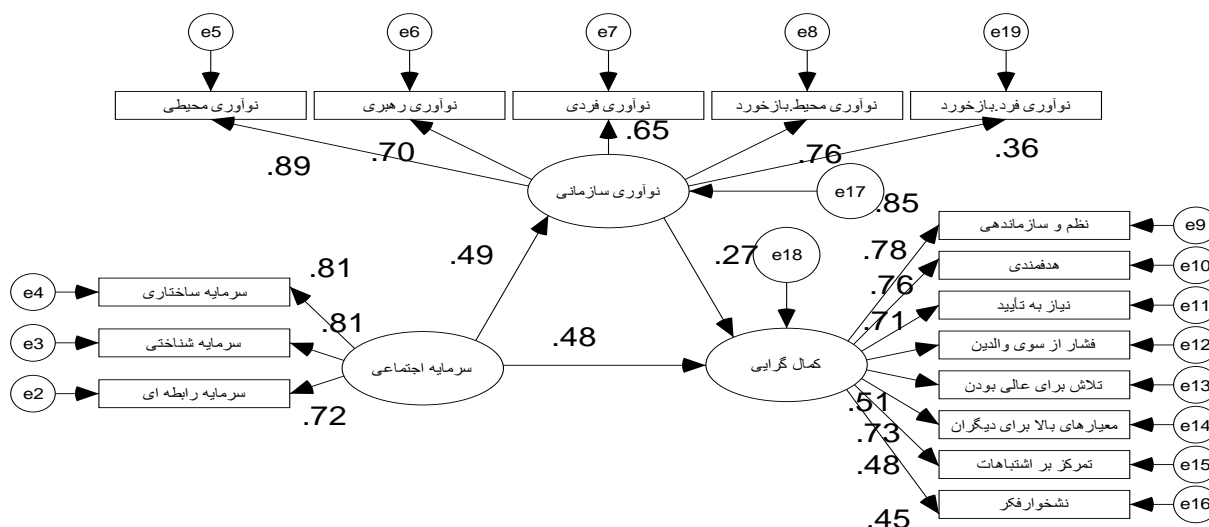
	۰/۸۹۹			نوآوری محیطی
۹/۵۸۳	۰/۷۰۱			نوآوری رهبری
۱۰/۵۰۴	۰/۷۵۷			نوآوری محیط - بازخورد
۴/۴۷۶	۰/۳۶۴			نوآوری فرد - بازخورد

همان طور که در جدول ۲ ملاحظه می شود تمامی مقادیر سنجه های مرتبط با متغیر مکنون که در خانه های هاشورخورده مشخص شده اند، به غیر از متغیر نوآوری فرد، بالاتر از ۰/۵ است. بنابراین می توان گفت این مدل اندازه گیری از پایایی کافی در زمینه نشانگرهای متغیرهای مکنون برخوردار است. در جدول فوق مقادیر نسبت بحرانی (CR) نیز برای نشانگرها نشان داده شده است. این مقادیر معمولاً به عنوان پارامترهای روایی مرتبط با تحلیل عاملی تأییدی معرفی می شوند چراکه روابط بین نشانگرها و متغیرهای مکنون از قبل مشخص شده اند. همانطور که ملاحظه می شود تمامی مقادیر خارج از بازه (۱/۹۶-، -۱/۹۶) می باشد و معنی دار بوده در نتیجه ابزار تحقیق از روایی مناسب برخوردار است. بعد از بررسی نشانگرهای سازه و اطمینان از شناسایی پذیر بودن مدل نوبت به ارزیابی برازش مدل می رسد.

جدول ۳. شاخص های برازش

نام آزمون	توضیحات	مقادیر قابل قبول	مقدار به دست آمده
χ^2/df	کای اسکوئر نسبی	< 3	۲/۴۲۲
RMSEA	ریشه میانگین توان دوم خطای تقریب	$< 0/1$	۰/۰۹۵
RMR	ریشه میانگین مجذور باقیمانده ها	$< 0/1$	۰/۰۹۵
GFI	شاخص برازندگی تعدیل یافته	$> 0/9$	۰/۸۷۸
NFI	شاخص برازش نرم	$> 0/9$	۰/۹۲۱
CFI	شاخص برازش مقایسه ای	$> 0/9$	۰/۹۶۷

با توجه به جدول ۳ مقدار RMR برابر با ۰/۰۹۵ می باشد، این مقدار کمتر از ۰/۱ است که نشان دهنده این است که میانگین مجذور خطاهای مدل مناسب است و مدل قابل قبول می باشد. همچنین مقدار کای دو به درجه آزادی (۲/۳۶۷) بین ۱ و ۳ می باشد و میزان شاخص CFI نیز از ۰/۹ بیشتر می باشد. به طور کلی زمانی که حداقل سه شاخص مقادیری در بازه ی قابل قبول داشته باشند می توانیم ادعا کنیم که برازش مدل خوب و قابل قبول است. پس از اطمینان از مناسب بودن برازش مدل و ارزیابی پایایی و روایی سازه ها، مدل SEM را با پیروی از مدل تحقیق براساس آخرین تغییرات در مدل CFA رسم می کنیم. هدف از اجرای SEM تخمین روابط بین متغیرها و آزمایش فرضیه های تحقیق است. با تحلیل داده ها، مدل معادلات ساختاری زیر حاصل شده است.



شکل ۲. مدل معادلات ساختاری

در جدول ۴ نتیجه تخمین مسیر بین سازه ها گزارش شده است. که این مسیرها معمولاً فرضیه های مدل نیز هستند. اگر ضریب بحرانی بزرگتر از ۱/۹۶ باشد، رابطه بین دومتغیر با ۹۵٪ درصد اطمینان معنادار است. همانطور که مشاهده می شود، تمامی مسیرها معنادار هستند.

جدول ۴. برآورد ضرایب رگرسیونی

نام مسیر	برآورد مسیر	نسبت بحرانی (CR)	P
سرمایه اجتماعی <--- نوآوری سازمانی	۰/۴۸۵	۵/۲۸۳	***
نوآوری سازمانی <--- کمال گرایی	۰/۲۶۹	۳/۰۰۴	۰/۰۰۳
سرمایه اجتماعی <--- کمال گرایی	۰/۴۸۱	۴/۹۴۲	***

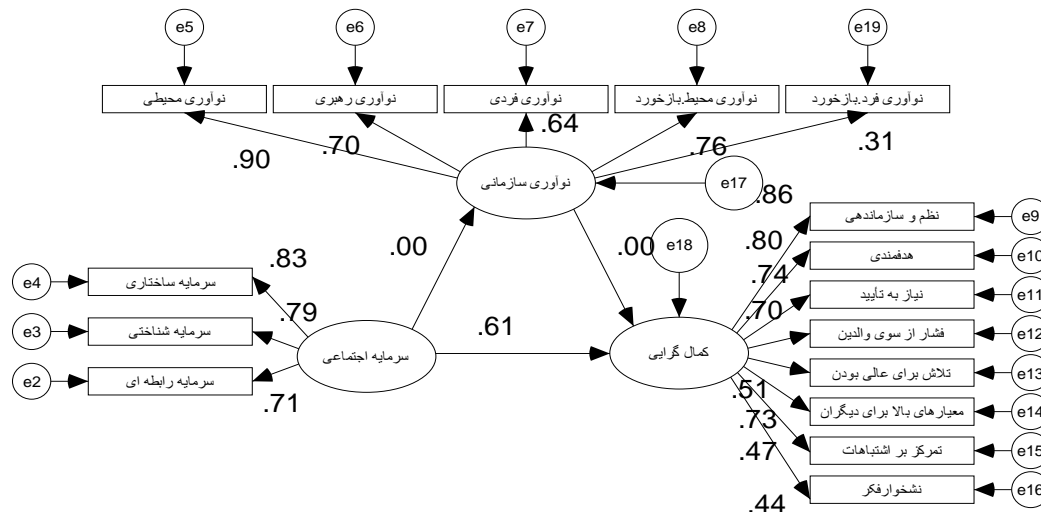
فرضیه اصلی: بین سرمایه اجتماعی و کمال گرایی با نقش واسطه ای نوآوری سازمانی کارکنان اداره آموزش و پرورش شهرستان بجنورد رابطه وجود دارد. برای بررسی اثر میانجی متغیر نوآوری سازمانی از روش بوت استرپینگ استفاده گردید که در این روش به ترتیب مراحل زیر انجام می شود. ابتدا باید بررسی اثر کلی (total effect) و معنی داری این مسیر انجام شود.

جدول ۵. ضرایب رگرسیونی (اثرات کل)

نام مسیر	برآورد مسیر	نسبت بحرانی (CR)	P
سرمایه اجتماعی <--- نوآوری سازمانی	۰/۰۰		
نوآوری سازمانی <--- کمال گرایی	۰/۰۰		

***	۶/۷۴۲	۰/۶۱۰	کمال گرایی	<---	سرمایه اجتماعی
-----	-------	-------	------------	------	----------------

همانطور که در جدول ۵ و شکل ۳، مشاهده می شود ضریب مسیر بین متغیر سرمایه اجتماعی و کمال گرایی در مدل اثر کامل، با ۹۵٪ اطمینان معنی دار است.



شکل ۳. مدل معادلات ساختاری (در حالت بررسی اثر کامل)

بنابراین طبق نمودار تصمیم گیری روش بوت استرپینگ امکان تحلیل میانجی گری برای متغیر نوآوری سازمانی وجود دارد. در ادامه برای بررسی اثرات غیر مستقیم نتایج برای مدل با اثر میانجی نمایش داده می شود.

جدول ۶. اثرات غیر مستقیم (با حضور متغیر میانجی: نوآوری سازمانی)

کمال گرایی	نوآوری سازمانی	سرمایه اجتماعی	
۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	نوآوری سازمانی
۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۱۷۶	کمال گرایی

در جدول ۶ ضریب مسیر غیر مستقیم نمایش داده شده است. برای بررسی معنی دار بودن این ضریب، از جدول ۷ استفاده می شود.

جدول ۷. معنی داری اثرات غیر مستقیم (با حضور متغیر میانجی: نوآوری سازمانی)

کمال گرایی	نوآوری سازمانی	سرمایه اجتماعی	
_____	_____	_____	نوآوری سازمانی
_____	_____	۰/۰۰۸	کمال گرایی

با توجه به نتایج گزارش شده در جدول های ۶ و ۷ مسیر غیر مستقیم سرمایه اجتماعی ← نوآوری سازمانی ← کمال گرایی با ۹۵٪ اطمینان معنی دار است. مطابق نمودار تصمیم گیری بوت استرپ مرحله آخر، آزمودن مسیر مستقیم بین سرمایه اجتماعی و کمال گرایی در مدل با تاثیر متغیر میانجی نوآوری سازمانی است. بدین منظور از جدول ۴ و شکل ۲ نتیجه گرفته می شود که مسیر بین سرمایه اجتماعی و کمال گرایی مثبت و معنی دار است. بنابراین مطابق نمودار تصمیم گیری بوت استرپینگ، نوآوری سازمانی تاثیر مثبت نوآوری سازمانی بر کمال گرایی را به صورت جزئی میانجی گری می کند لذا فرضیه تأیید می گردد. در ادامه در جدول ۸ فرضیه های پژوهش مورد بررسی قرار گرفت.

جدول ۸. برآورد ضرایب رگرسیونی فرضیه های فرعی پژوهش

فرضیه	نام مسیر	برآورد مسیر	نسبت بحرانی (CR)	P	
فرعی اول	سرمایه اجتماعی <---	کمال گرایی	۰/۴۸۱	۴/۹۴۲	***
فرعی دوم	سرمایه اجتماعی <---	نوآوری سازمانی	۰/۴۸۵	۵/۲۸۳	***
فرعی سوم	نوآوری سازمانی <---	کمال گرایی	۰/۲۶۹	۳/۰۰۴	۰/۰۰۳

در بررسی اثرات متغیر بین سرمایه اجتماعی با کمال گرایی، با توجه به جدول ۸ مقدار ضریب مسیر به میزان (۰/۴۸۱) برآورد شده است همچنین نسبت بحرانی (CR) برابر ۴/۹۴۲ می باشد (برای معنادار بودن یک ضریب، عدد معنی داری آن باید خارج از بازه (۱/۹۶، -۱/۹۶) باشد که در این صورت از سطح معنی داری ۰/۰۵ کوچکتر است). می توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنی دار است یعنی سرمایه اجتماعی بر کمال گرایی تأثیر معنی داری دارد. بنابراین این فرضیه تأیید می گردد. در بررسی اثرات متغیر بین سرمایه اجتماعی با نوآوری سازمانی، با توجه به جدول ۸ مقدار ضریب مسیر به میزان (۰/۴۸۵) برآورد شده است همچنین نسبت بحرانی (C.R) برابر ۵/۲۸۳ می باشد (برای معنادار بودن یک ضریب، عدد معنی داری آن باید خارج از بازه (۱/۹۶، -۱/۹۶) باشد که در این صورت از سطح معنی داری ۰/۰۵ کوچکتر است). می توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنی دار است. یعنی سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی تأثیر معنی داری دارد، بنابراین این فرضیه نیز تأیید می گردد. در بررسی اثرات متغیر بین نوآوری سازمانی با کمال گرایی، با توجه به جدول فوق مقدار ضریب مسیر به میزان (۰/۲۶۹) برآورد شده است همچنین نسبت بحرانی (C.R) برابر ۳/۰۰۴ می باشد (برای معنادار بودن یک ضریب، عدد معنی داری آن باید خارج از بازه (۱/۹۶، -۱/۹۶) باشد که در این صورت از سطح معنی داری ۰/۰۵ کوچکتر است). می توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنی دار است یعنی نوآوری بر کمال گرایی تأثیر معنی داری دارد، بنابراین این فرضیه تأیید می گردد.

بحث و نتیجه گیری

این پژوهش با هدف ارائه مدل علی در تبیین روابط سرمایه اجتماعی و کمال گرایی منابع انسانی با نقش میانجی نوآوری سازمان در کارکنان اداره آموزش و پرورش انجام شد. نتایج در ارتباط با فرضیه فرعی اول نشان داد که بین سرمایه اجتماعی و کمال گرایی کارکنان اداره آموزش و پرورش شهرستان بجنورد رابطه وجود دارد. در مورد ارتباط این دو متغیر در یک فرضیه،

پژوهشی انجام نشده است. در تبیین این فرضیه می توان گفت که وجود سرمایه اجتماعی مبتنی بر اعتماد، همکاری و شبکه های ارتباطی مستحکم در بین کارکنان، بستری امن را فراهم می آورد که در آن افراد بدون ترس از قضاوت یا شکست، جسارت بیشتری برای تعیین استانداردهای بالا و تلاش برای دستیابی به کمال در کار خود پیدا می کنند. در چنین محیطی، خطا نه تنها یک شکست نیست بلکه به عنوان یک فرصت برای یادگیری دیده می شود. هم چنین سرمایه اجتماعی از طریق ایجاد هنجارها و ارزش های جمعی، مانند وجدان کاری و مسئولیت پذیری، می تواند انگیزه درونی کارکنان برای انجام کار با کیفیت و دقت بالا (یعنی کمال گرایی سالم) را تقویت کند. وقتی که کیفیت گرایی به یک ارزش گروهی تبدیل شود، افراد برای حفظ احترام در میان همکاران خود، تمایل بیشتری به کمال گرایی از خود نشان می دهند. شبکه های قوی اجتماعی، تسهیل کننده جریان اطلاعات و دانش هستند. هنگامی که کارکنان به راحتی می توانند از تجربیات و تخصص یکدیگر بهره ببرند، دانش و توانایی لازم برای انجام کارها با دقت و استانداردهای بالاتر را کسب می کنند که این خود، بستر مناسبی برای بروز کمال گرایی است.

نتایج فرضیه فرعی دوم نشان داد که بین سرمایه اجتماعی با نوآوری سازمانی کارکنان اداره آموزش و پرورش رابطه وجود دارد. نتیجه این فرضیه با پژوهش های عرب کلمری و همکاران (۱۴۰۰)، سنگری و همکاران (۱۳۹۹)، توکلی و معتمدی گلوگاهی (۱۳۹۹)، قادری و همکاران (۱۳۹۹)، حمیدی زاده و همکاران (۱۳۹۶)، قائدی و علیزاده ثانی (۱۳۹۵)، منطقی و همکاران (۱۳۹۵)، محمودی میمند و کیارزم (۱۳۹۴)، دهقانان و هرندی (۱۳۹۳)، اسمعیلی (۱۳۹۳)، رضایی و مغانلو (۱۳۹۳)، رجایی پور و همکاران (۱۳۹۱)، آلگوزوی و فیلیری (۲۰۱۰)، ملینا- مورلز و مارتینز- فرناندز (۲۰۱۰) همخوانی دارد. پژوهش حمیدی زاده و همکاران (۱۳۹۶) نشان داد که سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی تأثیر مثبت و معنی دار دارد. قائدی و علیزاده ثانی (۱۳۹۵) نشان دادند که ابعاد سرمایه اجتماعی، تأثیر مثبت بر نوآوری دارد. منطقی و همکاران (۱۳۹۵) به این نتیجه رسیدند که سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه تأثیر مثبت و معناداری دارد. مورلز و فرناندز (۲۰۱۰) بیان کردند که ابعاد سرمایه اجتماعی از جمله اعتماد، بینش مشترک و درگیری کارکنان بر روی نوآوری سازمان اثرگذار هستند. در تبیین این فرضیه می توان گفت که بهره گیری مؤثر از سرمایه اجتماعی، می تواند به درجات مناسبی از همکاری برسد که کارکنان را قادر می سازد که عملکرد و نوآوری بهتری را به وجود آورند. آموزش و پرورش با نوآوری بیشتر، در پاسخ به محیط های متغیر و ایجاد و توسعه قابلیت های جدیدی که به آن ها اجازه دهد به عملکرد بهتری برسند، موفق خواهند بود. از طرفی ایجاد قابلیت نوآوری سازمانی در سازمان برای دستیابی به بهبود است. این رویکرد، استراتژی های سازمان را به یک مدل تغییر برنامه ریزی شده مرتبط می نماید. سرمایه اجتماعی از طریق شبکه های ارتباطی غیررسمی و قوی، جریان اطلاعاتی غنی تری را در سازمان ایجاد می کند. هنگامی که کارکنان به راحتی و با اعتماد می توانند دانش، ایده ها و تجربیات خود را به اشتراک بگذارند، سرمایه شناختی جمعی شکل می گیرد که ماده خام اصلی برای تولید ایده های نوآورانه است. این رابطه در بافت یک اداره آموزش و پرورش از اهمیت دوچندانی برخوردار است. معلمان و کارکنان این حوزه، دارایی های دانشی ارزشمندی هستند. سرمایه اجتماعی است که این دارایی های پراکنده را گرد هم آورده و آن را به نوآوری در روش های تدریس، خلاقیت در اداره امور پرورشی و ارائه راهکارهای جدید برای حل مسائل دانش آموزان تبدیل می کند. به عبارت دیگر، سرمایه اجتماعی، ایده های بالقوه موجود در ذهن نیروی انسانی را به نوآوری های عینی در سطح سازمان تبدیل می کند.

نتایج فرضیه فرعی سوم نشان داد که بین نوآوری سازمانی با کمال‌گرایی کارکنان اداره آموزش و پرورش رابطه وجود دارد. نتیجه این فرضیه با پژوهش‌های محمودیان و اسماعیلی شاد (۱۳۹۴)، ملتفت و ساداتی فیروزآبادی (۱۳۹۲)، هون و هین (۲۰۱۳)، همخوانی دارد. محمودیان و اسماعیلی شاد (۱۳۹۴) به این نتیجه دست یافتند که رابطه معناداری بین ابعاد کمال‌گرایی با خلاقیت و نوآوری وجود دارد. در تبیین این فرضیه می‌توان گفت: آموزش و پرورش به عنوان یک محیط آموزشی و فرهنگی فعالیت می‌کند و مهم‌ترین وظیفه آن تلاش برای ایجاد بستری مناسب جهت خلق، انتقال و توسعه دانش در سازمان‌های آموزشی می‌باشد. افراد نوآور و افراد کمال‌گرا دارای ویژگی‌های شخصیتی مشابه و یکسانی هستند، افراد نوآور، کمال‌گرایانی هستند که بعد مثبت شخصیت خود را پرورش داده‌اند و یا اینکه کمال‌گرایی باعث بروز نوآوری در افراد می‌شود. نوآوری به عنوان عامل مهم و حیاتی سازمان‌ها به منظور ایجاد ارزش و مزیت رقابتی پایدار در محیط پیچیده و متغیر امروزی است. سازمان‌ها با نوآوری بیشتر، در پاسخ به محیط‌های متغیر و ایجاد و توسعه قابلیت‌های جدیدی که به آن‌ها اجازه دهد به عملکرد بهتری برسند، موفق خواهند بود. کمال‌گرایی سالم و تلاش برای تعالی، بستری از دانش عمیق، مهارت بالا و توجه به کیفیت فراهم می‌آورد که خود، سنگ بنای ضروری برای خلق ایده‌های نو و اجرای موفقیت‌آمیز آن‌هاست. یک کارمند کمال‌گرا، پیش‌نیازهای فنی لازم برای نوآوری را داراست. فرآیند نوآوری غالباً با شکست‌های متعدد همراه است. افراد دارای کمال‌گرایی سالم، به دلیل پشتکار و اصرار بر دستیابی به یک نتیجه ایده‌آل، تمایل بیشتری برای پایداری، در مسیر پرچالش نوآوری از خود نشان می‌دهند.

نتایج فرضیه اصلی این تحقیق نشان داد که بین سرمایه اجتماعی و کمال‌گرایی با نقش واسطه‌ای نوآوری سازمانی کارکنان آموزش و پرورش رابطه وجود دارد. در رابطه با این فرضیه پژوهشی انجام نشده است. تحلیل داده‌ها در راستای فرضیه اصلی پژوهش، نه تنها وجود رابطه را تأیید کرد، بلکه نشان داد که نوآوری سازمانی به عنوان یک مکانیزم واسطه‌ای کلیدی، بخش عمده‌ای از تأثیر سرمایه اجتماعی بر کمال‌گرایی کارکنان را انتقال می‌دهد. این بدان معناست که سرمایه اجتماعی هم به‌طور مستقیم و هم به‌طور غیرمستقیم و از طریق تقویت نوآوری سازمانی، بستر شکوفایی کمال‌گرایی سالم را فراهم می‌کند. سرمایه اجتماعی با ایجاد شبکه‌های اعتماد و هنجارهای همکاری، بستری امن و غنی برای خلق و اشتراک‌گذاری ایده‌ها فراهم می‌سازد. این محیط، جرقه نوآوری سازمانی را می‌زند. همین فضای نوآورانه است که با تعریف استانداردهای جدید عملکردی و ایجاد انگیزه درونی برای اجرای بی‌نقص ایده‌های نو، افراد را به سمت اتخاذ رفتارهای کمال‌گرایانه سوق می‌دهد. در نتیجه، سرمایه اجتماعی به عنوان سوخت اولیه سیستم عمل می‌کند، نوآوری، موتور محرکه است و کمال‌گرایی سالم، نتیجه مطلوب این چرخه پویا است. با این وجود می‌توان گفت، افراد دارای کمال‌گرایی مثبت، معیارهایی را برای خود در نظر می‌گیرند و تلاش کردن برای رسیدن به هدف در نظرشان اهمیت دارد. آن‌ها از تلاش و رقابت برای برتری و کمال لذت می‌برند و در عین حال محدودیت‌های شخصی را به رسمیت می‌شناسند و سعی دارند ملاک‌های بالا اما انطباق‌پذیر و معقولانه برای خود در نظر بگیرند. داشتن ساختار سازمانی مناسب در تصمیم‌گیری و انجام دادن کار به‌صورت کارگروهی موجب ایده‌پردازی و نوآوری در سازمان می‌شود. سرعت روزافزون رشد و نوآوری در تمامی زمینه‌های علمی و فنی و تأثیرات آن‌ها بر تمام فرایندهای سازمانی، نوآوری سازمانی را به اساسی‌ترین عامل حفظ و مزیت رقابتی سازمان‌ها در قرن حاضر بدل کرده است. تا جایی که عدم توجه به فرایند سرمایه ساختاری در سازمان‌ها و چشم‌پوشی از مزیت‌های آن، چالش‌های متعدد در سایه آینده‌ای مبهم پیش روی آن‌ها قرار می‌دهد. سازمانی که دارای سرمایه رابطه‌ای خوبی باشد، می‌تواند با تأثیری که بر روی سازمان

دارد، موجب شکوفایی ایده‌های جدید در افراد شود و این ایده‌های جدید باعث خلاقیت در افراد گردد و در نتیجه با ایجاد انگیزه در بین کارکنان نوآوری را در سازمان افزایش دهد. سازمان‌هایی که در آن مشارکت، نوآوری و اعتماد در سطح بالایی قرار دارد، افراد زمان کمی را صرف حراست و حمایت از خود در جهت استثمار نشدن در تعاملات و نظارت بر اعمال خلاف همکاران می‌نمایند و تبادل اطلاعات در سطح اعتماد بالا بیشتر صورت می‌گیرد و این عوامل باعث می‌شود تا افراد زمان زیادی را جهت فکر کردن، خلاقیت و نوآوری داشته باشند. بر اساس نتایج می‌توان چنین استدلال کرد که هر چه کارکنان گرایش و انگیزه بیشتری برای روی آوردن به کارهای سخت داشته باشند و با هدف موفقیت برانگیخته شوند و ضمن تأکید بر معیارهای سطح بالای عملکردی، بتوانند واقعیت‌های بیرونی را درک کرده و محدودیت‌ها را بپذیرند، بیشتر نوآورانه و خلاقانه می‌توانند به اهداف خود برسند.

امروزه اکثر سازمان‌ها با یک محیط پویا مواجه هستند که به وسیله تغییرات تکنولوژیکی سریع، چرخه تولید کوتاه‌مدت و جهانی شدن مشخص می‌شوند و با مشکلاتی نظیر فشار مالی، رقابت با سایر سازمان‌ها، جذب کارکنان مستعدتر، اعطای استقلال بیشتر به کارکنان روبرو هستند و برای غلبه بر این مشکلات نیاز دارند که خلاق و نوآور باشند تا بتوانند به بقای خود ادامه داده، رشد کنند و رقابت نمایند. سازمان‌های متعالی نوآور، از طریق کارکنان خود به موفقیت دست می‌یابند. زیرا سازمان‌ها مجموعه‌ای از تجهیزات و انسان‌ها را شامل می‌شود و نمی‌تواند پویاتر و خلاق تر از نیروی‌های تشکیل دهنده آن باشد. گذشته از برخی متغیرها، پویایی و نوآور بودن سازمان‌ها در نهایت به رشد انسانی بستگی دارد. پاسخگویی سازمان‌ها به نیازهای جامعه و نوآوری تابعی از متغیرهای کیفیت تخصصی کارکنان و مدیران آن است. سازمان‌ها باید برنامه‌های مختلفی برای ارتقاء کیفیت نیروهای انسانی خود داشته باشند و در قبال ایجاد محیط مناسبی برای رشد حرفه‌ای کارکنان خود احساس مسئولیت کنند. سرمایه‌گذاری جهت گسترش فیزیکی سازمان‌ها، وسایل، ابزار و تکنولوژی مورد نیاز امری است ضروری، اما نباید باعث گردد که توجه به سرمایه‌گذاری در راه رشد و توسعه منابع انسانی کم رنگ گردد. باید به خاطر داشت مدیران سازمانی مسئول هدایت و آغازگر حرکت‌ها و نوآوری‌ها با استفاده بهینه از نیروهای انسانی هستند و تا زمانی که نیروی انسانی رشد کیفی نیابد، رهبری، مدیریت و سازمان‌ها نیز شکوفا و خلاق نخواهند شد. می‌توان ادعا کرد که برای پرورش کارکنان کمال‌گرا و متعهد به کیفیت، صرفاً تأکید بر معیارهای فردی کافی نیست. مدیران آموزشی باید یک الگوی سه‌ضلعی را در پیش گیرند: تقویت زیرساخت اجتماعی (سرمایه‌گذاری بر ایجاد اعتماد و شبکه‌های همکاری)، تغذیه موتور نوآوری (ایجاد فضای امن برای آزمایش ایده‌های جدید)، هدایت هوشمندانه کمال‌گرایی (تشویق کمال‌گرایی سالم و جلوگیری از اشکال مخرب آن). این پژوهش نشان می‌دهد که این سه رکن، نه مجزا، که به صورت یک سیستم به هم پیوسته عمل می‌کنند و موفقیت در گرو توجه همزمان به همه آنهاست.

از محدودیت‌های پژوهش می‌توان بیان کرد، از آن‌جا که این پژوهش به صورت مقطعی انجام شده، امکان استنباط رابطه علی قطعی بین متغیرها وجود ندارد. اگرچه مدل‌سازی معادلات ساختاری روابط علی را آزمون می‌کند، اما برای تعیین علیت واقعی، انجام مطالعات طولی ضروری است. نمونه‌گیری تنها از کارکنان آموزش و پرورش شهرستان بجنورد انجام شده است که تعمیم‌پذیری نتایج به سایر شهرها یا استان‌ها را با محدودیت مواجه می‌سازد. داده‌ها با استفاده از پرسشنامه جمع‌آوری شده که

ممکن است تحت تأثیر سوگیری های اجتماعی (تمایل به پاسخ های اجتماعی پسند) یا درک ذهنی پاسخ دهندگان قرار گرفته باشد.

با توجه به نتایج پیشنهاد می شود که بسترهای ارتباطی و شناختی (مانند تیم های کاری) که موجب ایجاد اعتماد بین همکاران میشود فراهم شود، تا اطلاعات و دانش به اشتراک گذاشته شود و منجر به نوآوری کارکنان شود. همچنین برقراری پیوندهای شبکه ای و ارتباطی برای افزایش یادگیری کارکنان از طریق آموزش ضمن خدمت و جلسات آموزشی ضروری می باشد. هم چنین مدیران با ساده سازی و کاهش قوانین، خلاقیت و نوآوری را بین کارکنان خود ترویج دهند و آزادی عمل بیشتری در اختیار کارکنان قرار دهند و همچنین می توانند از طریق ایجاد اتاق فکر با استفاده از تکنیک های خلاقیت، نظیر گروه اسمی، طوفان فکری، کارکنان را برای دادن ایده های نوآورانه ترغیب کنند. ایجاد محیطی نوآور در سازمان که راه های نوآورانه حل مشکلات را تقویت کند، ساختار سازمانی منعطف و تخصیص منابع کافی و آموزش جهت تشویق توسعه عقاید جدید، فرایند نوآوری را افزایش دهد. پیشنهاد می شود مدیران، با پاداش دادن به نوآوری کارکنان، ایجاد فرهنگ مخاطره پذیری منطقی و معقول نوآورانه بین کارکنان، افزایش حمایت مدیریت از کارکنان و ایجاد جوی دوستانه و مبنی بر همکاری به جای رقابت می تواند زمینه بروز رفتارهای نوآورانه را فراهم آورند.

تضاد منافع

هیچ گونه تعارض منافع اعلام نشده است.

References

- Alguezaui, S., & Filieri, R. (2010). Investigating the role of social capital in innovation: Sparse versus dense network. *Journal of Knowledge Management*, 14(6), 891-909.
- Akhavan, P., Abu Ali, M. (2009). Examining the role of knowledge management in innovation. The third national creativity conference. Tabriz Engineering and innovation management in Iran, Tehran: Teacher's House. 1-19. <https://civilica.com/doc/96618>
- Alistair, R., Anderson, C., & Miller, J. (2002). Class matters: Human and social capital in the entrepreneurial process. *Journal of Socio-Economics*, 32, 17-36.
- Ansari, M.I., Agha Hosseini, H., Shaemi Barzaki, A., Nasr Esfahani, A. (2013). Investigation of organizational social capital in service organizations of Isfahan province (use of management teachings in Saadi's works). *Applied Sociology*, 22(41), 107-134.
- Arab kalmeri, M., Tahmasbi Roshan, N., Taghizadeh Ganji, A., & Aligoli Firoozjai, F. (2021). The Impact of Sustainable Human Resource Management on Organizational Reputation: The Mediating Role of Organizational Innovation. *Journal of Sustainable Human Resource Management*, 3(5), 211-197. doi: 10.22080/shrm.2021.3774
- Broumand, M., Ranjbari, M. (2008). Strategic measures of human resource management and innovation performance with an emphasis on the role of knowledge management. *Bimonthly Police Human Development*, 6 (24). 41-45. <https://sid.ir/paper/132841/fa>

- Chang, S.C, C.Y. Chiang, C.Y. Chu. & Y.B. Wang (2006), The study of social capital, organizational learning, innovativeness, intellectual capital, and performance, *The Journal of Human Resource and Adult learning*, Vol. 2, No.2, pp. 63-71.
- Dehghanan, H. and Hrandi, A. O. (2014). Investigating the Impacts of Social Capital on Innovation Performance with an Emphasis on the Mediatory Role of Knowledge Transfer: A Case Study of Iranian IT Knowledge-based Firms. *Innovation Management Journal*, 3(1), 1-22.
- Fussel, H. (2006). The relationship between social capital, transaction costs, and organizational outcomes: A case study. *Corporate Communications: An International Journal*, 11(2), pp. 148-161.
- Ghaderi, H. , Rezaei Dowlatabadi, H. and Ansari, A. (2020). An Investigation of the Effect of External Social Capital on Dynamic Organizational Capabilities Considering the Mediating Role of Exchange Climate. *Social Capital Management*, 7(1), 59-86. doi: [10.22059/jscm.2020.292055.1934](https://doi.org/10.22059/jscm.2020.292055.1934)
- Ghaedi, M. and Alizade Sani, M. (2016). Explain the role of social capital on the performance of innovation in knowledge-based companies. *Social Capital Management*, 3(4), 607-628. doi: [10.22059/jscm.2016.62094](https://doi.org/10.22059/jscm.2016.62094)
- Hamidizadeh, A. , Kouchakzadeh, Z. and Hajkarimi, F. (2017). Studying Effect of Social Capital on Organizational Innovation with Mediating Role of Dual Knowledge Management Strategies. *Social Capital Management*, 4(1), 75-94. doi: [10.22059/jscm.2017.236724.1408](https://doi.org/10.22059/jscm.2017.236724.1408)
- Hamachek, D.E (2000). "Borderline personality disorder, A investigation with the multi dimensional perfectionism scale". *European journal of psychological assessment*, 10. 115-126.
- Herbert, M. (2008). Solving patient problem: psychiatry. Philadelphia: Harcourt College Publishers.
- Herbert, M. (2000). *Perspective on personality*, (2th ed.). USA: Allyn and Bacon.
- Hoon, I. & Kyoung, P. (2013). *the international high school students are more perfectionistic and creative than the general high school students*.
- Ismaili, N. (2014). Investigating the relationship between social capital and organizational innovation among Bahrami hospital employees. Master's thesis in public administration. Human resources orientation. Islamic Azad University, Central Tehran branch.
- Jandaghi, G. , Ghoreishi, S. M. and Ahadi Shoar, S. M. (2017). Investigating the Dimensions of Social Capital and Its Relation to Moral Marketing (Case: Sepah Bank Branches of Qom Province). *Social Capital Management*, 4(3), 309-332. doi: [10.22059/jscm.2018.136506.1133](https://doi.org/10.22059/jscm.2018.136506.1133)
- Khanbani, M. (2015). Perfectionism and self-respect in intelligent and normal first grade high school students. Master's thesis. Faculty of Psychology and Educational Sciences, University of Tehran.
- Leana, C. R. & Pil, F. K. (2006). Social capital and organizational performance: evidence from urban public schools, *Organization Science*, 17(3), 353-366.
- Mohammadzadeh, A., Kheiri Hiq, A., Vahedi, M. (2017). Comparison of perfectionism components in obsessive compulsive disorders, major depression and normal group. *Journal of Fasa University of Medical Sciences*, 15 (1). 21-27. <http://rbs.mui.ac.ir/article-1-511-fa.html>
- Mahmoudi Maymand, M. and Kiarazm, A. (2016). The study of relationship between the components of intellectual capital and organizational innovation drivers. *Transformation Management Journal*, 7(Autumn & Winter 2016), 57-74. doi: [10.22067/pmt.v7i14.44792](https://doi.org/10.22067/pmt.v7i14.44792)
- Mahmoudian, Sh., Ismaili Shad, B. (2014). Examining the relationship between the dimensions of perfectionism and creativity among secondary school students in Jajarm city. *Scientific-research quarterly, educational research Journal*, 10 (44). 79-96. <https://sanad.iau.ir/Journal/educ/Article/938879>

- Moaze Jamshidi, M. H. and Haghpara Kenarsari, N. (2016). Evaluating the Impact of Perceived Organization Anomie on Social Capital by Mediating Role of Organization Bullying (Case: Food Manufacturer's Workers in Guilan). *Social Capital Management*, 3(2), 297-320. doi: [10.22059/jscm.2016.60177](https://doi.org/10.22059/jscm.2016.60177)
- Moltafet, G. and firozabadi, S. (2014). The relationship between multidimensional perfectionism and creativity among high school students in Shiraz city. *Research in School and Virtual Learning*, 1(3), 71-78.
- Manteghi, M. , Skandarpour, B. , Dastyari, A. and Nazari, Y. (2016). The Role of Social Capital in Innovative Performance with Emphasis on the Role of Resiliency and Empowerment. *Social Capital Management*, 3(2), 189-207. doi: [10.22059/jscm.2016.59962](https://doi.org/10.22059/jscm.2016.59962)
- Molina-Morales, M., & Martínez-Fernández, M. T. (2010). Social networks: Effects of social capital on firm innovation. *Journal of Small Business Management*, 48(2), 258-279.
- Nasr Isfahani, A. , Ansari, M. , Shaemi Barzaki, A. and Aghahosaini, H. (2011). The Study on Organizational Social Capital in Servicable Organizatios In Isfahan Province (According to Sadie's Management Teaching). *Journal of Applied Sociology*, 22(1), 107-134.
- Rajaepour S, Choupani H, Zare Khalili M, Gholamzadeh H, Kazempour M. (2013). The Role of Social Capital in Innovation Orientation in Mo'alem (Teachers) Insurance Company. *JMDP*. 26(1), 161-189. <http://jmdp.ir/article-1-1624-fa.html>
- Rajabi Farjad, H. (2016). Investigating the mediating role of knowledge management capabilities in the relationship between human resource management practices and innovation. *Human resource management research quarterly*, 8 (3). 239-265. doi: [10.1001.1.20084528.1395.8.3.10.3](https://doi.org/10.1001.1.20084528.1395.8.3.10.3)
- Rezaei, R. and Moghanlo, F. (2014). The Effect of Intellectual Capital on Organizational Innovation in the Agricultural Services Ventures of Zanzan Province. *Journal of Entrepreneurship Development*, 7(4), 653-673. doi: [10.22059/jed.2014.53623](https://doi.org/10.22059/jed.2014.53623)
- Safarzade, H., Tadayon, A., Hor Mohammadi, M. (2012). Investigating the effect of knowledge management strategies on innovation and organizational performance in health centers, *The Journal of Toloo-e-behdasht*, 11(34), 76-86. <https://sid.ir/paper/103064/fa>
- Samad Aghaei, J. (2001). Individual and group creativity techniques. First edition. Tehran: Center for Public Administration Education.
- Sangari, N., Heidaripour, M., & Nouhzadeh Malekshah, N. (2020). The impact of organizational social networks on social capital. *Journal of Sustainable Human Resource Management*, 2(3), 211-195. doi: [10.22080/shrm.2020.3028](https://doi.org/10.22080/shrm.2020.3028)
- Subramaniam, M. & Youndt, M. (2005). The influence of intellectual capital on the types of innovative capabilities. *Academy of Management Journal*, 48(3), 450-463.
- Tajbakhsh, K., Thaghafi, M., Kohestaninejad, M. (2003). Social capital and social policies (examining the status of social capital in Iran today). *Social Welfare Quarterly*, 3(10), 155-200. <http://refahj.uswr.ac.ir/article-1-1995-fa.html>
- Totunchi, M., Samani, S., Zandi Qashqaei, K. (2011). The mediating role of self-concept for perfectionism and mental health in adolescents in Shiraz. *Journal of Fasa University of Medical Sciences*, 2 (3). 210-217.
- Tavakkoli, A. and Motamedi Galogahi, F. (2020). The Impact of Social Capital on Strategic Innovation with an Emphasis on the Mediating Role of Innovative Organizational Climate. *Social Capital Management*, 7(1), 87-109. doi: [10.22059/jscm.2020.289889.1913](https://doi.org/10.22059/jscm.2020.289889.1913)

