



(مطالعه موردی: اداره مالیات شهرستان بابل)

دکتر محمد صفری¹، سمیرا خانعلی نتاج²

1. استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه مازندران، بابل، مازندران، ایران.

آدرس ایمیل نویسنده اول: mo.safari@umz.ac.ir

2. دانشجوی کارشناسی مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه مازندران، بابل، مازندران، ایران.

آدرس ایمیل نویسنده دوم: nataj.samira@gmail.com

چکیده

امروزه در کنار سرمایه های انسانی، مالی و اقتصادی، سرمایه دیگری در سازمان ها و جوامع، ذیل عنوان «سرمایه اجتماعی» مطرح می گردد. در عصر حاضر مدیران برای توسعه، علاوه بر سرمایه های اقتصادی، فیزیکی و انسانی، بایستی نظر خود را به مفهوم کلیدی دیگری که امروزه در بررسی های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع توسعه یافته و در حال توسعه تحت عنوان سرمایه اجتماعی مطرح شده معطوف نمایند. چون بدون بهره گیری از سرمایه اجتماعی و مؤلفه های آن، سایر سرمایه های سنتی کارایی لازم را ندارند و بدون سرمایه اجتماعی پیمودن راه های توسعه، تکامل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی پر چالش و پرهزینه می باشد. هدف از مقاله حاضر تعیین نقش سرمایه اجتماعی کارکنان بر نوآوری سازمانی در اداره مالیات شهرستان بابل بوده است. روش تحقیق توصیفی- پیمایشی و جامعه آماری، کارکنان اداره مالیاتی شهرستان بابل به تعداد 130 نفر بوده است. تعداد نمونه با توجه به جدول مورگان 97 نفر بوده که پرسشنامه بین آنها به صورت تصادفی توزیع گردید. نتایج حاصل از تحلیل های آماری بوسیله نرم افزار SPSS و آزمون رگرسیون نشان از تأثیر سرمایه اجتماعی کارکنان بر نوآوری سازمانی در اداره مالیاتی شهرستان بابل بوده است. در پایان نیز پیشنهادات کاربردی به مدیران در جهت افزایش سرمایه اجتماعی کارکنان و نوآوری سازمانی ارائه شده است.

واژه های کلیدی: منابع انسانی، سرمایه اجتماعی، کارکنان، نوآوری سازمانی، مدیریت.

1- مقدمه

گرایش به نوآوری، پذیرش و کاربست نظرها، فرآیندها، تولیدات یا خدمات جدید و میل به تغییر از طریق اتخاذ تکنولوژی ها، منابع، مهارتها و نظام های مدیریتی جدید است. در محیط کسب و کار امروزه، مبنای مزیت رقابتی از کیفیت به نوآوری تغییر یافته است، نوآوری برای شرکت ها امکان انطباق سریع با تغییرات فراهم می آورد و در یافتن محصولات و بازارهای جدید به شرکت کمک می کند (Zehira et al, 2012). نوآوری فرآیندی است در طی آن قابلیت ها باید تجدید و تقویت شوند، تقسیم منابع تغییر یابند، سازماندهی مورد تجدید نظر قرار گیرد و راهبرد مجدداً ارزیابی شود. دست یافتن به نوآوری نوعی شانس نیست بلکه لازم است که سازمان نوآوری را به عنوان بخشی از راهبردش پیگیری نماید (Saunila et al, 2012). در دنیای رقابتی کنونی، بقای سازمان ها مستلزم توجه ویژه به مقوله نوآوری است. اورت و دوین (2008) محیط کسب و کار امروز را بسیار پویا می دانند به طوری که کوتاهی در برنامه ریزی و اجرای نوآوری موجب کاهش رقابت پذیری خواهد شد. این واقعیت، علاقه صاحب نظران حوزه کسب و کار، همچون



2020

مازندران

سوبرامانیام و یوند (2005) و کاسا (2008) را به مفهوم سرمایه اجتماعی به عنوان عامل کلیدی و پیش آیند موثر در ارتقای سطح عملکرد، موفقیت و خلق مزیت رقابتی سازمان جلب کرده است و به زعم ایشان: "سرمایه اجتماعی زیربنای نوآوری در سطح سازمان است". از نظر دانچو (2006) سرمایه اجتماعی همچون شریانی است که اعتماد شبکه اجتماعی را به درون سازمان انتقال می دهد، و از این رهگذر سبب تحقق اهداف سازمان و خلق مزیت رقابتی و بقای آن می شود. سرمایه اجتماعی مفهومی زیربنایی در درک نوآوری، خلاقیت و پویایی های سازمانی به شمار می آید؛ چرا که از یک سو فرآیند نوآوری، خلاقیت، یادگیری گروهی و مانند اینها را تحت تأثیر قرار داده و از سوی دیگر تحقق آنها را تسهیل می کند. امروزه در کنار سرمایه های انسانی، مالی و اقتصادی، سرمایه دیگری در سازمان ها و جوامع، مطرح شده است با عنوان «سرمایه اجتماعی». این مفهوم، از مفاهیم نوین در جامعه شناسی است که ارتباط بسیار نزدیکی با سرمایه انسانی به عنوان مهم ترین منبع سازمان ها دارد. سرمایه اجتماعی، بستر بسیار مناسبی را برای بهره برداری و بهره وری نیروی انسانی در سازمان های مختلف فراهم می آورد. از سوی دیگر، بهره گیری از سرمایه های دیگر سازمانی نیز در پرتو این سرمایه امکان پذیر است و همین نکته بر اهمیت این سرمایه در سازمان اشاره دارد (Yuana et al, 2018). سرمایه اجتماعی به عنوان «حلقه مفقوده» تبیین علت پیشرفت بعضی جوامع و عدم شکوفایی برخی دیگر نامیده شده است. ریشه واژه اجتماعی به معنای «دوست و رفیق» است، و اساسا واژه اجتماعی از پدیده دوستی ناشی شده است و نشان می دهد که منابع موجود درون شبکه های کسب و کار یا شبکه های فردی دارای های شخصی محسوب نمی شوند. سرمایه اجتماعی هم در سطح جامعه و هم در سطح سازمان مطالعه شده است. سرمایه اجتماعی سازمانی منبع ناشی از ویژگیهای روابط اجتماعی درون سازمان است و از طریق جهت گیری اهداف جمعی و اعتماد مشترک سطوح اعضا شناخته میشود، و دو جزء دارد: امکان مشارکت و اعتماد. یکی از روشهای ایجاد سرمایه اجتماعی سازمانی گردآوردن گروههای غیررسمی کارکنان برای مشارکت در دانش و مهارت است. در این گروهها (گروههای حرفه ای) افرادی که دارای تجربیات، ابزارهای کاری و چالشهای مشترک اند، یکدیگر را می یابند، با هم ملاقات می کنند، تا مسایل را حل و با کسانی که نیاز کاری مشترک دارند رابطه برقرار کنند. برخی معتقدند این مفهوم به پیوندها و ارتباطها میان اعضای یک شبکه، به عنوان منبع با ارزش اشاره دارد که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل، موجب تحقق اهداف اعضا می شود. سرمایه اجتماعی، نقشی بسیار مهم تر از سرمایه فیزیکی (مادی) و انسانی در سازمان ها و جوامع ایفا می کند و شبکه های روابط جمعی و گروهی، انسجام بخش میان «انسان ها» و «سازمان ها با انسان ها» و «سازمان ها با سازمان ها» است. بدون سرمایه اجتماعی، سایر سرمایه ها، اثر بخشی خود را از دست می دهد. سرمایه اجتماعی بر سیما و ترکیب اجتماعی سازمان اشاره می کند که از طریق آن، ویژگی هایی همچون اعتماد، هنجارها و باورهای مشترک و نیز شبکه (برای بهبود قابلیت ها و تسهیل هماهنگی در عمل) شکل می گیرد. سرمایه اجتماعی را می توان حاصل روابط مبتنی بر تفاهم و اعتماد بین کارکنان و مدیران سازمان دانست و آن را مجموع منابعی که در ذات روابط اجتماعی سازمان به وجود می آیند و زندگی اجتماعی را در سازمان، دلنشین تر و مطلوب تر می سازند، اطلاق کرد. با استفاده از سرمایه اجتماعی می توانیم متوجه شویم که چرا یک سازمان یا مجموعه به صورت موفقیت آمیز حرکت می کند و چرا سازمانی در مسیر شکست قرار دارد (فقیهی و فیضی، 1385). در این مقاله جهت بررسی نقش سرمایه اجتماعی کارکنان بر نوآوری سازمانی در اداره مالیات شهرستان بابل، پس از مطالعه مبانی نظری و تجربی پژوهش، به ارائه روش تحقیق، آزمونهای آماری و نتایج و پیشنهادات کاربردی به مدیران اداره مالیات شهرستان بابل می پردازیم.

2- مبانی نظری و تجربی پژوهش

2-1- مبانی نظری



منظور از نوآوری، خلاقیت متجلی شده و به مرحله عمل رسیده است، به عبارت دیگر، نوآوری یعنی اندیشه خلاق تحقق یافته؛ نوآوری همانا ارائه کار عملیاتی و فرایند ارائه خدمات جدید به بازار است. نوآوری فرایند کسب اندیشه ای خلاق و تبدیل آن به محصول و خدمت و یا یک روش عملیاتی مفید است (Martínez et al, 2016). سه مجموعه از متغیرها وجود دارند که می توانند نوآوری را ایجاد کنند. آنها به ساختار سازمانی، فرهنگ و توانایی منابع انسانی مربوط می شوند. نوآوری به عنوان یک ایده یا رفتار مربوط به یک محصول، خدمت، دستگاه، سیاست و برنامه ها که جدید و مورد پذیرش سازمان قرار گرفته است، قلمداد می شود. نوآوری را باید فرایندی شامل طرح ایده نو، کسب دانش لازم از طرق مختلف، تبدیل ایده و دانش یا تکنولوژی به محصول یا خدمت جدید و ارائه آن به بازار (مشتری) و پذیرش آن از سوی مشتری دانست. با در نظر گرفتن فشار رقابتی حاکم بر بازار، اندازه گیری عملکرد نوآوری از اهمیت خاصی برخوردار است و محققین و کاربران نیازمند شاخص های مناسبی برای مطالعه عملکرد نوآوری هستند و در تحقیقات انجام شده ارتباط مثبت بین عملکرد نوآوری و عملکرد سازمان اثبات شده است (Hoang et al, 2006).

نوآوری فناوری : ارتباطات بین اجزا، روش ها، فرایندها و تکنیک هایی است که در محصول یا خدمت استفاده می شوند و ممکن است به نوآوری سازمانی نیاز داشته باشد و یا نداشته باشد. نوآوری بازار : شامل دانش جدید در کانال های توزیع، محصول و کاربردها برای انتظارات، ارزش، نیازها و خواسته های مشتریان است و هدف اصلی آن بهبود آمیخته بازاریابی (محصول، قیمت، توزیع و ترفیع) است.

نوآوری تدریجی : عبارت است از اضافه کردن تغییراتی بر روی مدل کسب و کار و یا تکنولوژی های موجود و بهبود آن ها.

نوآوری نفوذی : گویای تغییر اساسی در مدل کسب و کار یا تکنولوژی می باشد.

نوآوری رادیکال : این نوآوری حاصل مدیریت موفق شرکت در مواردی است که به صورت همزمان مدل کسب و کار و تکنولوژی تغییر می کند.

2-1-2- ویژگی های سازمان های خلاق و نوآور

مهم ترین ویژگی این سازمان ها انعطاف پذیری آنها در روبرویی با بحران ها است. سازمان های انعطاف پذیر با مسائل و تنگناها برخوردی منطقی و محققانه می کنند و در صورت نیاز به تغییر و تحول پس از بررسی و مطالعه دقیق و عالمانه دست به عمل تغییر می زنند.

ویژگی های دیگر سازمان های خلاق عبارت است از:

- رقابت سالم و کامل و فشرده بین کارکنان: در یک سازمان در صورتی خلاقیت صورت می پذیرد که رقابت کامل در آن حاکم باشد.

- فرهنگ: یکی از عوامل عمدهای که به بالندگی مدیریت کمک می کند فرهنگ مردم است. بر پایه یک فرهنگ خوب، اتلاف وقت گناه محسوب می شود. بدیهی است در چنین بستر مناسبی جهت رقابت، خلاقیت یا سازمان های پویا بهتر شکل می گیرد.

- دسترسی به مدیران: در سازمانهای خلاق بر این اعتقاد هستند که دانش در سطح سازمان به وفور پراکنده شده است و مدیران به راحتی می توانند 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 می توانند همگام با نیازهای سازمان، رشد کنند.



- ارائه خدمات مردمی: هدف نهایی در این سازمانها توجه به نیازمندی های 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.
- کارگروهی: هر چه کارگروهی در سازمانی بیشتر باشد رضایت کارکنان نیز بیشتر است.
- رابطه کارکنان با سازمان: روابط دایمی و بلندمدت کارکنان با این نوع سازمان ها و در نتیجه برخورداری تنها عامل ثابت و گریزناپذیر می دانند و با خشنودی آن را پذیرفته و در برابر آن مقاومت نمی کنند.
- استقبال مدیران از عامل تغییر: 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 رسیده اند که تغییر یک ارزش مثبت است. امنیت شغلی از دیگر ویژگی های این سازمانهاست (محمدی و طبری، 1387).

3-1-2- سرمایه اجتماعی

دانشمندان به این نتیجه رسیده اند که موفقیت در دنیای کنونی نیازمند سرمایه دیگری به نام " سرمایه اجتماعی" در سازمان است. به اعتقاد آنها، سرمایه اجتماعی نوعی دارایی محسوب می شود که هم برای سازمان و هم برای اعضای سازمان مفید و سودمند است. بسیاری از فرایندهای جدید مدیریتی، از قبیل توسعه سازمان یادگیرنده، مدیریت دانش، توسعه محصولات و خدمات، رضایت مشتریان درون سازمانی و برون سازمانی، تحت تاثیر وجود و توسعه سرمایه اجتماعی است. لذا سرمایه اجتماعی نوعی دارایی مهم تلقی می شود و مدیران باید از طریق ساختار سازمانی، سبک مدیریتی، توسعه فرهنگ سازمانی، قوانین و مقررات و سیستم سازمانی و همچنین توسعه مدیریت منبع انسانی، به ایجاد و تقویت آن در سازمان بپردازند. سرمایه اجتماعی از دو مفهوم سرمایه و اجتماع تشکیل شده است و از این حیث می توان آن را دارای ماهیتی فزاینده و غیر فردی دانست. نوعی توشه فزاینده در جامعه ایجاد می شود و آن را در نیل به هدف و حفظ خود جامعه یاری می کند. این مفهوم نوپا مانند دیگر سرمایه های فیزیکی، اقتصادی و انسانی دارای ارزش و اهمیت است و البته با کمبود منابع روبروست. واژه ی سرمایه فرد را قادر می سازد تا ارزشی بوجود آورد، کاری انجام دهد، به هدفی نایل شود، مأموریتی در زندگی بر عهده بگیرد و نقشی در جهان ایفا کند. آدلر و کوهن معتقدند سرمایه اجتماعی سبب ایجاد ارزش هایی مانند همبستگی، یکپارچگی، همکاری و مشارکت برای سازمان می شود. سرمایه اجتماعی به طور کلی بر روابط میان انسانها تمرکز دارد. روابطی که در تمام لحظات زندگی روزمره و در طول عمر انسان ها، جریان دارد و رفتار و نگرش آنها را تحت تاثیر قرار می دهد. به همین لحاظ، سرمایه اجتماعی در هر جایی حاضر است، چه در رفتار با نزدیکان و دوستان در خانه و مدرسه و دانشگاه و چه در رفتار با همکاران و آشنایان در محل کار و تحصیل و چه در رفتار با مردم در جامعه. به طور کلی سرمایه ی اجتماعی مجموعه هنجارهای موجود در سیستم اجتماعی است که موجب ارتقای همکاری اعضای آن جامعه شده و موجب پایین آمدن سطح هزینه های تبادل و ارتباطات می شود. سرمایه اجتماعی نتیجه تعاملات روزانه افراد با یکدیگر است، و سطح آن تابع کیفیت روابط، نگرش ها و نظام های حاکم بر روابط بین افرادی است که یک گروه را شکل می دهند. اگر سرمایه اجتماعی کم باشد، بسیج سرمایه اجتماعی به سختی و دشواری انجام می شود (Hargreaves, 2001). سرمایه اجتماعی در دو دهه اخیر به عنوان یک دیدگاه نظری موثر، پذیرش گسترده ای را به دست آورده، و این در حالی است که در مورد تعاریف کلیدی اجماع نظری میان متفکران این حوزه، حاصل نگردیده است. اولین تعریف از سرمایه اجتماعی توسط کلمن در سال 1988 به این صورت مطرح شد که: "سرمایه اجتماعی



شیئی واحد نیست؛ بلکه انواع چیزهای گوناگونی است که دو ویژگی مشترک دارند: نخست این که همه آنها جنبه ای از یک ساخت اجتماعی هستند، و دوم این که واکنش های معین عوامل اقتصادی را در این ساختار تسهیل می کنند (Coleman, 1988). دومین و عام ترین تعریف از سرمایه اجتماعی متعلق به نورث است، از دیدگاه وی، سرمایه اجتماعی عبارت است از: "محیط و شرایط اجتماعی و سیاسی که منجر به توسعه و بهبود هنجارها شده و ساختار اجتماعی را شکل می دهد (North, 1990)". سومین تعریف سرمایه اجتماعی توسط پوتنام در سال 1993 مطرح شد. او سرمایه اجتماعی را مجموعه ای از ارتباطات افقی بین مردم، این گونه تعریف کرد: "سرمایه اجتماعی عبارت است از شبکه های اجتماعی و هنجارهای مربوط به آن که بر روی بهره وری اجتماع اثر می گذارند (Putnam et al, 1993)".

"سرمایه اجتماعی" منابعی است که در شبکه های کسب و کار یا درون شبکه های فردی به وجود می آید. این منابع شامل اطلاعات، اندیشه ها، راهنمایی ها، فرصت ها کسب و کار، سرمایه های مالی، قدرت و نفوذ، پشتیبانی احساسی، خیرخواهی، اعتماد و همکاری هستند. کلمه "اجتماعی" در عنوان سرمایه اجتماعی، دلالت بر این دارد که این منابع، خود دارایی های شخصی محسوب نشده و هیچ فردی به تنهایی مالک آن ها نیست. این منابع در دل شبکه های روابط قرار گرفته اند (بیکر، 1382). سرمایه اجتماعی عبارتست از توانایی افراد برای کارکردن با یکدیگر به منظور دستیابی به اهداف مشترک در گروهها و سازمانها. سرمایه اجتماعی را میتوان حاصل پدیده هایی چون اعتماد متقابل، تعامل اجتماعی متقابل، گروههای اجتماعی، احساس هویت جمعی و گروهی، احساس وجود تصویری مشترک از آینده و کار گروهی در یک سیستم اجتماعی دانست (Fukuyama, 1995). اگر بخوایم سرمایه اجتماعی را در ارتباط با سازمان تعریف کنیم، می توان آن را به منزله ای ساختار شبکه ای بر مبنای رابطه ای غیررسمی میان اعضای سازمان با توجه به این که میان آن ها اعتماد وجود دارد، تعریف کرد. اعتماد، انتظارات و تعهدهای دوجانبه ای مکانیزم های غیررسمی ای را ایجاد می کند که به اعضای سازمان اجازه می دهد تا از آن به منزله ای ابزاری در راستای درک بهتر و آسان تر اهداف شان استفاده کنند (Danchev, 2006). امروزه سرمایه اجتماعی نقشی بسیار مهمتر از سرمایه فیزیکی و انسانی در سازمانها و جوامع ایفا میکند و شبکه های روابط اجتماعی و گروهی، انسجام بخش میان انسانها، سازمانها و انسانها و سازمانها با سازمانها میباشند. در غیاب سرمایه اجتماعی، سایر سرمایه ها اثر بخشی خود را از دست میدهند. بدون سرمایه اجتماعی، پیمودن راههای توسعه و تکامل فرهنگی و اقتصادی، ناهموار و دشوار می شود (بیکر، 1382). استون سرمایه اجتماعی را به دو بعد ساختاری و کیفیت تقسیم می کند، بعد ساختاری سرمایه اجتماعی بعدی است که در رابطه با ساختارها و فرایندهای مدیریتی نظیر پاسخگویی مدیران و رهبران بر اساس عملکردشان، شفافیت در تصمیم گیری، میزان تصمیم گیری و اقدام بر اساس کارگروهی است و الگوی کلی روابطی را که در سازمان ها یافت می شود در نظر دارد. به این معنا که این بعد، میزان ارتباطی که افراد با یکدیگر در سازمان ها برقرار می کنند را در برمی گیرد. در بعد کیفیتی، رابطه با پدیده هایی نظیر ارزشها، نگرشها، تعهدات، مشارکت و اعتماد موجود در سیستم می باشد و ماهیت روابط در یک سازمان را در بر می گیرد. به عبارت دیگر در حالی که بعد ساختاری بر این امر متمرکز می گردد که آیا کارکنان در یک سازمان با هم در ارتباط هستند یا خیر، بعد کیفیت بر ماهیت و کیفیت این روابط متمرکز میشود (Bolino et al, 2002). عناصر اصلی سرمایه اجتماعی تعهد و اعتماد دوجانبه، ارزش های مشترک میان افراد، احساس مالکیت و دادوستد اجتماعی میان آنان است. اعتماد اجتماعی و شبکه ای اجتماعی، دو رکن اساسی سرمایه اجتماعی است. سرمایه اجتماعی به واسطه ای دانش و مهارت افراد بر تشخیص فرصت توسط آنها تأثیر

می گذارد (Bhagavatula et al, 2010).

با توجه به مباحث فوق فرضیه های تحقیق به شرح زیر می باشد:



- فرضیه اول: اعتماد اجتماعی بر نوآوری سازمانی در اداره مالیاتی شهرستان بابل تاثیر معنی دار دارد.
- فرضیه دوم: مشارکت اجتماعی بر نوآوری سازمانی در اداره مالیاتی شهرستان بابل تاثیر معنی دار دارد.
- فرضیه سوم: شبکه روابط اجتماعی بر نوآوری سازمانی در اداره مالیاتی شهرستان بابل تاثیر معنی دار دارد.

2-2- مبانی تجربی

مطالعات مختلفی در زمینه نوآوری سازمانی و سرمایه اجتماعی بصورت جداگانه با متغیرهای دیگر و یا با متغیرهای میانجی شده است که در این بخش به مرتبط ترین آنها اشاره خواهیم نمود:

الیاسی و همکاران (1397) در پژوهش خود به بررسی نقش استراتژی نوآوری بر عملکرد نوآورانه سازمان‌ها (مورد مطالعه: شرکتهای دانش بنیان حوزه زیست فناوری) پرداختند. هدف از پژوهش حاضر بررسی نقش استراتژی نوآوری بر عملکرد نوآورانه سازمان‌ها برای شرکت‌های دانش بنیان حوزه زیست فناوری است. به این منظور به بررسی رابطه میان گرایش به یادگیری، کارآفرینی بنگاه، استراتژی نوآوری تحقیق و توسعه و عملکرد سازمان‌های زیستی کشور پرداخته می‌شود. جامعه آماری پژوهش تمامی شرکت‌های دانش بنیان زیستی کشور می‌باشد که تعداد آن‌ها برابر 250 شرکت است. بر اساس یافته‌های بدست آمده از 142 شرکت دانش بنیان زیستی به عنوان نمونه مورد بررسی و با استفاده از روش مدل سازی معادلات ساختاری فرضیات پژوهش مورد بررسی قرار گرفتند. با توجه به یافته‌های پژوهش تمامی فرضیات پژوهش مورد تایید قرار گرفتند. همچنین نقش میانجی استراتژی نوآوری تحقیق و توسعه، در رابطه ی بین متغیرها تایید شد.

دهواری و عرب (1397) نیز به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با سلامت روانی و عملکرد شغلی مدیران مدارس ابتدایی شهرستان سوران پرداختند. این پژوهش، در زمره تحقیقات توصیفی- همبستگی قرار دارد. نتایج تحقیق نشان داد که بین سرمایه اجتماعی با سلامت روانی رابطه مثبت معناداری وجود داشت. و از بین مولفه‌های سرمایه اجتماعی مولفه ی سرمایه ساختاری، سرمایه ارتباطی و سرمایه شناختی با سلامت روانی رابطه مثبت معناداری وجود داشت. بدین معناست که با افزایش سرمایه اجتماعی و مولفه‌های آن، سلامت روانی افزایش می‌یابد. بین سرمایه اجتماعی با عملکرد شغلی رابطه مثبت معناداری وجود داشت. و از بین مولفه‌های سرمایه اجتماعی مولفه ی سرمایه ساختاری، سرمایه ارتباطی و سرمایه شناختی با عملکرد شغلی رابطه مثبت معناداری وجود داشت. بدین معناست که با افزایش سرمایه اجتماعی و مولفه‌های آن، عملکرد شغلی افزایش می‌یابد. و نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که سرمایه ارتباطی و سرمایه شناختی می‌توانند 19/5 دهم درصد از واریانس سلامت روانی مدیران را پیش بینی کنند. و همچنین سرمایه ارتباطی، سرمایه ساختاری و سرمایه شناختی می‌توانند 34/2 دهم درصد از واریانس عملکرد شغلی مدیران را پیش بینی کنند.

حمیدی زاده و همکاران (1396) به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی با تأکید بر نقش میانجی استراتژی‌های دوگانه مدیریت دانش پرداختند. سرمایه اجتماعی مفهومی زیربنایی در درک نوآوری، خلاقیت و پویاییهای سازمان به شمار می‌آید. بر این اساس، این تحقیق تأثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی با نقش میانجی استراتژیهای دوگانه مدیریت دانش را بررسی می‌کند. پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از نظر نحوه اجرا، توصیفی- همبستگی است که در آن ابزار پرسشنامه برای جمعآوری دادهها به کار گرفته شد. جامعه آماری، شامل 112 نفر از کارکنان شرکت توزیع برق قم است که براساس جدول مورگان و به روش نمونه‌گیری تصادفی، 87 نفر انتخاب شدند. داده‌های گردآوری‌شده توسط نرم‌افزار warpPLS



تجزیه و تحلیل شد. نتایج نشان داد سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی و استراتژیهای دوگانه مدیریت دانش و استراتژیهای دوگانه مدیریت دانش بر نوآوری سازمانی تأثیر مثبت و معنادار می‌گذارد.

حمیدی زاده و همکاران (1393) در مقاله ای دیگر به بررسی تأثیر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی (مورد مطالعه: اداره کل مخابرات شهرستان قم) پرداختند. هدف این پژوهش بررسی تأثیر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی (شناختی، عنصری، رابطه ای) بر نوآوری سازمانی است. تحقیق حاضر از نوع کاربردی جامعه آماری شامل کارکنان شرکت مخابرات شهرستان قم است که از بین آن‌ها 75 نفر به روش تصادفی ساده انتخاب شده است. ابزار تحقیق پرسشنامه استاندارد ناهایت و گوشال برای سنجش سرمایه اجتماعی و برای سنجش نوآوری سازمانی، ترکیبی از پرسشنامه‌های جیمز، پیناز، و پراجگو و سوئل به کار گرفته شد. برای آزمون فرضیه های تحقیق رگرسیون خطی چندگانه اجرا شد. نتایج تحقیق نشان داد از بین مؤلفه های سرمایه اجتماعی فقط مؤلفه شناختی بر نوآوری تأثیر دارد.

شنگلان و ژی (2017) به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآوری پرداختند. این مقاله می‌گوید که چگونه سازمان‌ها در صنایع تولیدی و خدماتی به دنبال عملکرد نوآوری بالاتر در منظر آمادگی ناهمواری می‌باشند، داده‌ها از 271 شرکت شامل 129 شرکت تولیدی و 142 شرکت خدماتی جمع‌آوری شده است. نتایج تجربی نشان می‌دهد که به جز برای هماهنگی بین سازمانی، پنج جزء سرمایه اجتماعی سازمانی به طور قابل توجهی بر عملکرد نوآوری تأثیر می‌گذارد. و اثرات آنها بین سازمان تولید و خدمات متفاوت است. علاوه بر این، نتایج شبیه سازی نشان می‌دهد که بعد از تکامل انطباق، میانگین نوآوری در سازمان‌های تولیدی بالاتر از خدمات سازمان است.

چن و همکاران (2016) مقاله ای با عنوان رهبری تحول، سرمایه اجتماعی و نوآوری سازمانی انجام داده‌اند. هدف از این مقاله بررسی نیروهای مدیریت رهبری تحول آفرین است که نوآوری سازمانی را هدایت می‌کند، و همچنین تأثیر ابعاد خارجی و داخلی سرمایه اجتماعی در نوآوری سازمانی. پرسشنامه‌ها در بین اعضای 90 نفره تیم چینی توزیع شد. جهت اجرای آزمون‌ها از معادلات ساختاری استفاده شده است. یافته‌ها نشان داده است که سرمایه اجتماعی داخلی و خارجی در ارتباط بین رهبری تحول‌گرا و نوآوری سازمانی موثر است. در جدول زیر خلاصه نتایج تحقیقات مطالعات شده ارائه شده است.

جدول 1- خلاصه بررسی پیشینه پژوهش

ردیف	محقق/ محققین	سال	عنوان	خلاصه نتایج
1	الیاسی و همکاران	1397	بررسی نقش استراتژی نوآوری بر عملکرد نوآورانه سازمان‌ها (مورد مطالعه: شرکتهای دانش بنیان حوزه زیست فناوری)	بر اساس یافته های بدست آمده از 142 شرکت دانش بنیان زیستی به عنوان نمونه مورد بررسی و با استفاده از روش مدل سازی معادلات ساختاری فرضیات پژوهش مورد بررسی قرار گرفتند. با توجه به یافته های پژوهش تمامی فرضیات پژوهش مورد تایید قرار گرفتند. همچنین نقش میانجی استراتژی نوآوری تحقیق و توسعه، در رابطه ی بین متغیرها تایید شد.
2	دهواری و عرب	1397	بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با سلامت روانی و عملکرد شغلی مدیران مدارس ابتدایی شهرستان سوران	نتایج تحقیق نشان داد که بین سرمایه اجتماعی با سلامت روانی رابطه مثبت معناداری وجود داشت. و از بین مولفه های سرمایه اجتماعی مولفه ی سرمایه ساختاری، سرمایه ارتباطی و سرمایه شناختی با سلامت روانی رابطه مثبت معناداری وجود داشت. بدین معناست که با افزایش سرمایه اجتماعی و مولفه های آن، سلامت روانی افزایش می یابد. بین سرمایه اجتماعی با عملکرد شغلی رابطه مثبت معناداری وجود



اولین کنفرانس مدیریت کسب و کار در کشورهای حوزه UMZBC دریای خزر، سوم اردیبهشت ماه 1399، دانشگاه

ردیف	محقق/ محققین	سال	عنوان	خلاصه نتایج
				داشت. و از بین مولفه های سرمایه اجتماعی مولفه ی سرمایه ساختاری، سرمایه ارتباطی و سرمایه شناختی با عملکرد شغلی رابطه مثبت معناداری وجود داشت. بدین معناست که با افزایش سرمایه اجتماعی و مولفه های آن، عملکرد شغلی افزایش می یابد.
3	حمیدی زاده و همکاران	1396	بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی با تأکید بر نقش میانجی استراتژی های دوگانه مدیریت دانش	نتایج نشان داد سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی و استراتژیهای دوگانه مدیریت دانش و استراتژیهای دوگانه مدیریت دانش بر نوآوری سازمانی تأثیر مثبت و معنادار می گذارد.
4	حمیدی زاده و همکاران	1393	بررسی تأثیر مؤلفه های سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی (مورد مطالعه: اداره کل مخابرات شهرستان قم)	ابزار تحقیق پرسشنامه استاندارد ناهایت و گوشال برای سنجش سرمایه اجتماعی و برای سنجش نوآوری سازمانی، ترکیبی از پرسشنامه های جیمز، پنیاز، و پراجگو و سوئل به کار گرفته شد. برای آزمون فرضیه های تحقیق رگرسیون خطی چندگانه اجرا شد. نتایج تحقیق نشان داد از بین مؤلفه های سرمایه اجتماعی فقط مؤلفه شناختی بر نوآوری تأثیر دارد.
5	شنگلان و ژی	2017	بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآوری	نتایج تجربی نشان می دهد که به جز برای هماهنگی بین سازمانی، پنج جزء سرمایه اجتماعی سازمانی به طور قابل توجهی بر عملکرد نوآوری تأثیر می گذارد. و اثرات آنها بین سازمان تولید و خدمات متفاوت است. علاوه بر این، نتایج شبیه سازی نشان می دهد که بعد از تکامل انطباق، میانگین نوآوری در سازمان های تولیدی بالاتر از خدمات سازمان است.
6	چن و همکاران	2016	رهبری تحول، سرمایه اجتماعی و نوآوری سازمانی	هدف از این مقاله بررسی نیروهای مدیریت رهبری تحول آفرین است که نوآوری سازمانی را هدایت می کند، و همچنین تأثیر ابعاد خارجی و داخلی سرمایه اجتماعی در نوآوری سازمانی. یافته ها نشان داده است که سرمایه اجتماعی داخلی و خارجی در ارتباط بین رهبری تحول گرا و نوآوری سازمانی موثر است.

3- روش شناسی پژوهش

3-1- روش تحقیق

این پژوهش از پاب هدف، پژوهشی کاربردی بوده و از منظر متغیر، شامل متغیرهای کیفی است و از نظر نحوه گردآوری و تحلیل داده ها از نوع توصیفی- پیمایشی است. ابزار گردآوری داده در این پژوهش، پرسشنامه است.

3-2- جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری تحقیق حاضر کارکنان و مدیران اداره مالیاتی شهرستان بابل به تعداد 130 نفر می باشند. با توجه به جدول کرجسی و مورگان تعداد نمونه 97 نفر است که پرسشنامه بین آنها به صورت تصادفی ساده توزیع گردید.



بمنظور اعتباربخشی ابزار پرسشنامه، از روایی ظاهری (رویه استخراج اجزاء متغیرهای مورد اندازه‌گیری از ادبیات موضوعی) استفاده شده است. یعنی جهت استخراج ابعاد سرمایه اجتماعی و نوآوری سازمانی از ادبیات تحقیق بهره‌گیری شد. جهت سنجش پایایی نیز از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد. ضریب آلفای کرونباخ برای همه متغیرها بالاتر از 70٪ بدست آمده است. جدول زیر نتیجه این آزمون را نشان می‌دهد:

جدول 2- پایایی متغیرها

متغیرها	آلفای کرونباخ
اعتماد اجتماعی	78/0
مشارکت اجتماعی	79/0
شبکه روابط اجتماعی	83/0
نوآوری سازمانی	85/0
کل	82/0

3-4- روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

داده‌های گردآوری شده از پرسشنامه‌ها نیز به کمک نرم‌افزار SPSS تجزیه و تحلیل شده‌اند. از آزمون آلفای کرونباخ جهت پایایی و از آزمون رگرسیون جهت تعیین ارتباط بین متغیرهای سرمایه اجتماعی و نوآوری سازمانی استفاده شده است.

4- تجزیه و تحلیل داده‌ها

جهت تعیین ارتباط بین متغیرهای سرمایه اجتماعی و نوآوری سازمانی از آزمون رگرسیون استفاده شده است که نتایج آن در جدول زیر ارائه شده است.

جدول 3- آزمون رگرسیون (جدول آنوا)

متغیر مستقل: نوآوری سازمانی	مجموع مجزورات	میانگین مجذور	F آماره	سطح معنی داری
1 رگرسیون	26.404	8.801	14.392	000 ^a .
باقیمانده	56.875	612.		
کل	83.278			

همانطور که در جدول فوق مشاهده می‌شود به علت اینکه sig بدست آمده کمتر از 05/0 می‌باشد ($000/0 < 05/0$)، کل رگرسیون از اعتبار آماری لازم برخوردار است.

در مرحله بعد اثر متغیر مستقل بر متغیرهای وابسته سنجیده می‌شود.

❖ **فرضیه اول: اعتماد اجتماعی بر نوآوری سازمانی در اداره مالیاتی شهرستان بابل تاثیر معنی دار دارد.**

جدول 3- آزمون رگرسیون مربوط به متغیر اعتماد اجتماعی



سطح معنی داری	T آماره	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		متغیر مستقل: نوآوری سازمانی
		Beta	انحراف استاندارد	B	
001.	3.302	300.	092.	305.	اعتماد اجتماعی

عدد معناداری (sig) متغیر در جدول فوق نشانگر این مطلب است که متغیر اعتماد اجتماعی از اعتبار آماری برخوردار است و اعتماد اجتماعی بر نوآوری سازمانی در اداره مالیاتی شهرستان بابل تاثیر معنی دار دارد.

❖ فرضیه دوم: مشارکت اجتماعی بر نوآوری سازمانی در اداره مالیاتی شهرستان بابل تاثیر معنی دار دارد.

جدول شماره 4- آزمون رگرسیون مربوط به متغیر مشارکت اجتماعی

سطح معنی داری	T آماره	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		متغیر مستقل: نوآوری سازمانی
		Beta	انحراف استاندارد	B	
029.	2.224	198.	114.	254.	مشارکت اجتماعی

عدد معناداری (sig) متغیر در جدول فوق نشانگر این مطلب است که متغیر مشارکت اجتماعی از اعتبار آماری برخوردار است و مشارکت اجتماعی بر نوآوری سازمانی در اداره مالیاتی شهرستان بابل تاثیر معنی دار دارد.

❖ فرضیه سوم: شبکه روابط اجتماعی بر نوآوری سازمانی در اداره مالیاتی شهرستان بابل تاثیر معنی دار دارد.

جدول شماره 5- آزمون رگرسیون مربوط به متغیر روابط اجتماعی

سطح معنی داری	T آماره	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		متغیر مستقل: نوآوری سازمانی
		Beta	انحراف استاندارد	B	



2020	002.	3.126	289.	081.	253.	شبکه روابط اجتماعی
------	------	-------	------	------	------	--------------------

عدد معناداری (sig) متغیر در جدول فوق نشانگر این مطلب است که متغیر شبکه روابط اجتماعی از اعتبار آماری برخوردار است و شبکه روابط اجتماعی بر نوآوری سازمانی در اداره مالیاتی شهرستان بابل تاثیر معنی دار دارد.

5- یافته های پژوهش

امروزه در کنار سرمایه های انسانی، مالی و اقتصادی، سرمایه دیگری در سازمان ها و جوامع، مطرح شده است با عنوان «سرمایه اجتماعی». این مفهوم، از مفاهیم نوین در جامعه شناسی است که ارتباط بسیار نزدیکی با سرمایه انسانی به عنوان مهم ترین منبع سازمان ها دارد. سرمایه اجتماعی، بستر بسیار مناسبی را برای بهره برداری و بهره وری نیروی انسانی در سازمان های مختلف فراهم می آورد. از سوی دیگر، بهره گیری از سرمایه های دیگر سازمانی نیز در پرتو این سرمایه امکان پذیر است و همین نکته بر اهمیت این سرمایه در سازمان اشاره دارد. نتایج حاصل از تحلیل های توصیفی نشان داده است که از بین افراد نمونه آماری اکثرا مرد و متاهل، اکثرا دارای تحصیلات لیسانس و اکثرا دارای تجربه کاری بین 11 تا 15 سال هستند. همچنین نتایج حاصل از تحلیل های آمار استنباطی بوسیله آزمون رگرسیون نشان داده است که سرمایه اجتماعی کارکنان بر نوآوری سازمانی در اداره مالیاتی شهرستان بابل تاثیر معنی دار دارد که از لحاظ موضوعی و برخی متغیرها با مطالعات حمیدی زاده و همکاران (1396)، حمیدی زاده و همکاران (1393) و شنگلان و ژی (2017) همخوانی بیشتری داشته است.

6- نتیجه گیری و پیشنهادهای پژوهش

نتایج حاصل از تحلیل های آماری بوسیله آزمون رگرسیون نشان داده است که سرمایه اجتماعی کارکنان بر نوآوری سازمانی در اداره مالیاتی شهرستان بابل تاثیر معنی دار دارد. یعنی کسانی که دارای سرمایه اجتماعی بالاتری هستند توجه بیشتری به نوآوری و بیان ایده دارند. محیط سازمان ها همواره پیچیده تر می شود و تغییر و تحولات با شتاب فرایندها رخ می دهند در نتیجه سازمان ها برای سازگاری ناگزیر به سمت انعطاف پذیری و خلاقیت و نوآوری بیشتر روی آورند. در سازمانی که اعتماد متقابل بین اعضای آن به صورت یک هنجار پذیرفته شده است و اعضای سازمان و مدیریت آن در مسیر هر چه بیشتر شدن این اعتماد متقابل حرکت می کنند، روندهای سازمانی بهبود پیدا کرده، کارها سریع تر صورت می گیرد و فرایندهای درون سازمانی به صورت مؤثرتر و کارآتر انجام می شود. البته این اعتماد، علاوه بر روابط بین اعضا در درون یک سازمان، می تواند به عنوان عنصر اساسی در ارتباط سازمان و اجتماع پیرامون آن، بویژه ارباب رجوع و مشتریان آن مطرح باشد که در صورت تحقق چنین موضوعی، سازمان در اجتماع پیرامون خود، از محبوبیت و پذیرش بیشتری برخوردار می شود و قدرت تعامل آن با سیستم های مجاور، هر بیشتر افزایش می یابد. بر این اساس، پیشنهادات زیر در جهت ایجاد وضعیت مطلوب در سازمان و افزایش سرمایه اجتماعی ارائه می گردد.

اعتماد اجتماعی:

- مدیریت سازمان باید به اشاعه صداقت و یکپارچگی در سراسر سازمان بپردازد و خود نیز در عمل آن را نشان دهد.



➤ رواج ارزش‌های اخلاقی مثبت؛ مدیران وظیفه دارند مجموعه‌ای از ارزش‌های اخلاقی را در سازمان نهادینه کنند. تیم‌هایی که از مجموعه‌ای از ارزش‌های اخلاقی مناسب پیروی می‌کنند سالم‌تر، موفق‌تر، مولدتر، سازگارتر، پاسخگو و کاردان هستند.

مشارکت اجتماعی:

- به کارکنان اجازه تصمیم‌گیری و مشارکت در اهداف اساسی سازمان و فعالیتهای نوآور داده شود. مشارکت کارکنان در امور عامل تحرك در کارایی مدیریت خواهد شد. لازم است به کارکنان فرصت مشارکت در تنظیم اهداف و راهبردهای مناسب برای بهبود مداوم داده شود.
- به وجود آوردن اهداف فردی و سازمانی: کارکنان معمولاً از اهدافی حمایت می‌کنند که قادر به درك آن باشند، به منظور مشارکت داشتن کارکنان لازم است اهداف کوتاه مدت و بلند مدت سازمان به صورت ساده و قابل فهم تبیین شود.

شبکه روابط اجتماعی:

- تقویت نمودن حس عزت نفس کارکنان
- محترم شمردن کارکنان
- ایجاد ارتباط با نیروی‌های متخصص برای بیان ایده‌ها و مطابقت دادن آنها با اهداف سازمان و در نهایت پیاده‌سازی آن در سازمان.

منابع و مآخذ

- بیکر، واین. (1382). مدیریت و سرمایه اجتماعی، ترجمه الوانی و ربیعی مندجین، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، تهران.
- حمیدی زاده، علی؛ شهیدزاده، فریبا؛ موحدی فر، عرفان. (1393). بررسی تأثیر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی (مورد مطالعه: اداره کل مخابرات شهرستان قم)، نشریه مدیریت سرمایه اجتماعی، 1(2)، 203-223.
- حمیدی زاده، علی؛ کوچک زاده، زهرا؛ حاج کریمی، فاطمه. (1396). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی با تأکید بر نقش میانجی استراتژی‌های دوگانه مدیریت دانش، مجله مدیریت سرمایه اجتماعی، مقاله 5، 1(4)، 75-94.
- دهواری، ایوب؛ عرب، علی. (۱۳۹۷). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با سلامت روانی و عملکرد شغلی مدیران مدارس ابتدایی شهرستان سوران، ششمین همایش علمی پژوهشی علوم تربیتی و روانشناسی، آسیب‌های اجتماعی و فرهنگی ایران، تهران، انجمن توسعه و ترویج علوم و فنون بنیادین.
- فقیهی، ابوالحسن؛ فیضی، طاهره. (1385). سرمایه اجتماعی، رویکردی نو، دانش مدیریت، فصلنامه دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، 19(72)، 23-38.
- محمدی، حامد؛ طبری، مجتبی. (1387). نهادینه کردن خلاقیت و نوآوری در سازمان، مجله تدبیر، 212، 36-42.
- الیاسی، مهدی؛ صفردوست، عالیه؛ محمدرضا، سرا، مریم. (1397). بررسی نقش استراتژی نوآوری بر عملکرد نوآورانه سازمان‌ها (مورد مطالعه: شرکتهای دانش بنیان حوزه زیست فناوری)، مجله اندیشه مدیریت راهبردی، مقاله 6، 1(12)، 185-204.



- 2020
- Bhagavatula, S., Elfring, T., Tilburg, A. V., Gerard G. V. B. (2010). How Social and Human Capital Influence Opportunity Recognition and Resource Mobilization in India's Handloom Industry, *Journal of Business Venturing*, 25(3), 245-260.
- Bolino, Mark C., William, H., Turnley, James M., Blood G. (2002). Citizenship behaviour and creation of social capital in organizations, *Academy of management review*, 27(4), 505-522.
- Chen, L., Zheng, W., Yang, B., Bai, S. (2016). Transformational leadership, social capital and organizational innovation, *Leadership & Organization Development Journal* 37(7):843-859.
- Coleman, J. S. (1998). Social Capital in the Creation of Human Capital, *The American Journal of Sociology*, 94, 95-120.
- Danchev, Alexi. (2006). Social capital and sustainable behavior of the firm, *Industrial Management & Data Systems*, 106(7).953-965.
- Fukuyama, F. (1995). Trust: the social virtues and the creation prosperity, New York: Free Press, chapter 9.
- Hargreaves, D.H. (2001). a capital theory of school effectiveness and improvement, *British Educational Research Journal*, 27(4), 487-503.
- Hoang, D. T., Igel, B., Laosirihongthong, T. (2006). The impact of total quality management on innovation: Findings from a developing country. *International journal of quality & reliability management*, 23(9), 1092-1117.
- Martínez-Pérez, Á., Martínez-Pérez, Á., García-Villaverde, P. M., García-Villaverde, P. M., Elche, D., & Elche, D. (2016). The mediating effect of ambidextrous knowledge strategy between social capital and innovation of cultural tourism clusters firms. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(7), 1484-1507.
- Putnam, R D., Leonarsi, R., & Nanetti, R. (1993). making Democracy Work: Civic Tradition In modern Italy, Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Saunila, M., Ukko, J., & Rantanen, H. (2012). Innovation Capability and Its Measurement in Finnish SMEs, Practice-based innovation: Insights, applications and policy implications. Berlin/Heidelberg: Springer-Verlag, 417-435.
- Shenglan, H., Zhi, C. (2017). The Effects of Social Capital on Innovation Performance: From Complex Adaptive System Perspective, *International Journal of Business and Management*, 12(3).
- Yuana, Ch., Wen (Tina), Benjamin, V., HanrahanbJohn, M., Carroll. (2018). Is there social capital in service exchange tools? Investigating timebanking use and social capital development, *Computers in Human Behavior*, Volume 81, April 2018, Pages 274-281.
- Zehira, C., Ertosun, O., Zehirc, S., Müceldillid, B. (2012). Total Quality Management Practices' Effects on Quality Performance and Innovative Performance, *Journal of Social and Behavioral Sciences*, 41 (2).273 – 280.