

Investigating The Impact of Social Capital Components on Innovation Capability Through Tacit Knowledge Sharing

Seyyed Morteza Ghayour Baghbani^{1✉} | Monire Yegane Mofrad² | Faezeh HamedHamrahiyan³

1. Assistant Professor of Department Management, Imam Reza International University, Mashhad. Iran. (Corresponding Author). ghayoor@imamreza.ac.ir
2. PhD Candidate of Management, Imam Reza International University, Mashhad, Iran. monire.yegane@imamreza.ac.ir
3. PhD Candidate of Management, Imam Reza International University, Mashhad, Iran. f.hamed@imamreza.ac.ir

Article Info

ABSTRACT

Article type:

Research Article

Article history:**Received:**

18 April 2023

Received in revised form:

10 August 2023

Accepted:

17 August 2023

Published online:

21 September 2023

Keywords:

social capital,
tacit knowledge sharing,
innovation capability,

The corona virus as a pandemic and unknown disease has provided the field for various innovations. Social capital with communication between managers and employees has brought knowledge for innovation in providing services. The purpose of this article is to investigate the effect of social capital components on innovation capability through tacit knowledge sharing. The research is applied in terms of purpose and correlational in terms of descriptive implementation method. Its statistical population is managers and employees of beauty clinics and limited surgery centers in Mashhad city, and a sample of 125 people was selected by stratified random method. To measure the variables, a standard questionnaire with the components of social capital, tacit knowledge sharing, and innovation capability was used to measure content and form validity from the point of view of experts and content validity, and convergent validity was used to check construct validity. To measure the reliability of Cronbach's alpha, the reliability of the reagents and the composite, and for the modeling method, structural equations have been used. The results show that structural social capital has a positive and significant effect on tacit knowledge sharing, cognitive social capital has a positive and significant effect on tacit knowledge sharing, and communicative social capital has a significant effect on tacit knowledge sharing. The sharing of tacit knowledge has a positive and significant effect on innovation ability. Also, the results showed that cognitive social capital, structural social capital and relational social capital were not confirmed through tacit knowledge sharing about innovation ability.

Cite this article: Ghayour Baghbani, Seyyed Morteza; Yegane Mofrad, Monire; & HamedHamrahiyan, Faezeh (2023).

Investigating the impact of social capital components on innovation capability through tacit knowledge sharing in the Corona era. *Journal of Innovation Economic Ecosystem Studies*, 3 (2), 61-80.

DOI: 10.22111/INNOECO.2023.44606.1050



© The Author(s).

Publisher: University of Sistan and Baluchestan

بررسی تأثیر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی بر قابلیت نوآوری از طریق تبادل دانش ضمنی

سیدمرتضی غیورباغبان^۱ | منیره یگانه‌مفرد^۲ | فائزه حامدمهرامیان^۳

۱. استادیار گروه مدیریت، دانشگاه بین‌المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران (نویسنده مسئول). ghayoor@imamreza.ac.ir

۲. دانشجوی دکتری مدیریت، دانشگاه بین‌المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران، monire.yegane@imamreza.ac.ir

۳. دانشجو دکتری مدیریت، دانشگاه بین‌المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران. f.hamed@imamreza.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
<p>نوع مقاله: مقاله پژوهشی</p> <p>تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱/۲۹</p> <p>تاریخ ویرایش: ۱۴۰۲/۵/۱۹</p> <p>تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۵/۲۶</p> <p>تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۶/۳۰</p> <p>واژه‌های کلیدی: سرمایه اجتماعی، تبادل دانش ضمنی، قابلیت نوآوری</p>	<p>شیوع ویروس کرونا به‌عنوان یک بیماری دنیاگیر و ناشناخته، عرصه را برای خلاقیت و نوآوری‌های مختلف فراهم کرده‌است. سرمایه اجتماعی، که منبعی با ارزش است، با ارتباطات میان مدیران و کارکنان سازمان، دانش ضمنی برای نوآوری در ارائه خدمات به ارمغان آورده‌است. هدف از مقاله حاضر بررسی تأثیر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی بر قابلیت نوآوری با شیوه تبادل دانش ضمنی است. تحقیق حاضر از حیث هدف کاربردی و از لحاظ شیوه اجرا توصیفی همبستگی است. جامعه آماری آن مدیران و کارکنان کلینیک‌های زیبایی و مراکز جراحی محدود شهر مشهد است که نمونه‌ای به حجم ۱۲۵ نفر به شیوه تصادفی طبقه‌ای انتخاب شده‌اند. برای سنجش متغیرها از پرسشنامه استاندارد با مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی، تبادل دانش ضمنی و قابلیت نوآوری استفاده شده و جهت سنجش روایی محتوا و صوری از نظر خبرگان و از لحاظ روایی محتوا و برای بررسی روایی سازه از روایی همگرا و واگرا استفاده شده‌است. جهت سنجش پایایی آلفای کرونباخ، پایایی معرف‌ها و مرکب و به‌منظور روش مدلیابی، معادلات ساختاری به کار رفته‌است. برپایه نتایج، سرمایه اجتماعی ساختاری، سرمایه اجتماعی شناختی و سرمایه اجتماعی ارتباطی اثر مثبت و معناداری بر تبادل دانش ضمنی دارد. تبادل دانش ضمنی اثر مثبت و معناداری بر قابلیت نوآوری دارد. همچنین، تأثیر سرمایه اجتماعی شناختی، سرمایه اجتماعی ساختاری و سرمایه اجتماعی ارتباطی از طریق تبادل دانش ضمنی بر قابلیت نوآوری تأیید نمی‌شود.</p>

استناد: غیورباغبانی، سیدمرتضی؛ یگانه‌مفرد، منیره؛ و حامدمهرامیان، فائزه. (۱۴۰۲). بررسی تأثیر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی بر قابلیت نوآوری از طریق تبادل دانش ضمنی در دوران کرونا. *مطالعات زیست بوم زیست‌بوم نوآوری*، ۳(۲)، ۶۱-۸۰.

DOI: 10.22111/INNOECO.2023.44606.1050



مقدمه

کلینیک‌ها و مراکز زیبایی اقدامات مختلفی انجام می‌دهند که همگی میل به جوانی و زیبایی را نشان می‌دهد. افراد، بسته به موقعیت‌هایی که به دست می‌آورند، همواره برای انجام عمل‌های زیبایی پیشقدم می‌شوند. شاید تصور این‌که افراد در دوره یک بیماری همه‌گیر، بدون هراس از مبتلا شدن، به راحتی راهی مراکز زیبایی می‌شوند، سخت باشد، اما ممکن و واقعی است. افراد زیادی با توجه به شرایط کاری و ماندن در خانه و حتی پوشیده شدن صورت خود، میل بیشتری برای انجام هرگونه عمل و اقدام زیبایی دارند و کلینیک‌های خصوصی با رعایت کامل پروتکل‌های بهداشتی و ضد عفونی کردن، سعی در حفظ آرامش و ایمنی افراد دارند تا بتوانند در دوران کرونا تجارب کافی به دست بیاورند و عرصه را برای خلاقیت و نوآوری‌های مختلف فراهم کنند (حیدری، ۱۳۹۹). سازمان‌ها با محیطی روبه‌رو هستند که مشخصه آن افزایش پیچیدگی، جهانی شدن و پویایی است، لذا با استمرار و استقرار خود با چالش‌های نوینی مواجه‌اند که برون‌رفت از آن‌ها مستلزم توجه بیشتر به توسعه و تقویت مهارت‌ها و توانایی‌های درونی است. این کار از راه مبانی دانش سازمانی و سرمایه فکری انجام می‌گیرد و سازمان‌ها آن‌ها را برای رسیدن به عملکرد بهتر در دنیای کسب‌وکار به کار می‌گیرند. دانش و سرمایه‌های فکری راهبردهای پایدار برای حصول و نگهداری مزیت رقابتی سازمان‌ها شناخته می‌شوند (بارتلت^۱ و همکاران، ۲۰۲۰). سرمایه اجتماعی به‌طور ذاتی در روابط اجتماعی درون سازمانی وجود دارد؛ بنابراین، می‌تواند دارایی مهمی در به حداکثر رساندن کارکردها و قابلیت‌های سازمانی محسوب شوند. در واقع، اعتماد و روابط متقابل که از اجزای سرمایه اجتماعی هستند، موجب افزایش کار تیمی و همکاری می‌شوند. همچنین، محققان معتقدند به اشتراک گذاری دانش باعث غنی‌تر شدن پایگاه دانش شرکت می‌شود (کیم و شین^۲، ۲۰۱۸). رشد سرمایه اجتماعی و رشد اقتصادی نیز به‌طور معمول توسعه‌یافتگی به همراه می‌آورد. توسعه‌یافتگی نیز به‌نوبه خود ارتقای سرمایه اجتماعی را باعث می‌شود. بنابراین، هرچه سرمایه اجتماعی تقویت شود فرایند توسعه‌یافتگی تقویت می‌شود. همچنین، اهمیت و ضرورت سرمایه اجتماعی از آنجا ناشی می‌شود که سرمایه مذکور، به‌منزله سرمایه‌ای که جامعه را به بقا و همبستگی و اهداف مشترک رهنمون می‌کند، اهمیت یافته‌است؛ به طوری که گفته می‌شود در غیاب این سرمایه سایر سرمایه‌ها اثربخشی خود را از دست می‌دهند (مهرنوش و دیگران، ۱۳۹۷).

باتوجه به اهمیت و ضرورت سرمایه اجتماعی به این فرضیه‌ها توجه شده‌است:

- سرمایه اجتماعی ارتباطی تأثیر مثبت و معناداری بر تبادله دانش ضمنی در کلینیک‌های زیبایی و مراکز جراحی محدود شهر مشهد دارد.
- سرمایه اجتماعی شناختی تأثیر مثبت و معناداری بر تبادله دانش ضمنی در کلینیک‌های زیبایی و مراکز جراحی محدود شهر مشهد دارد.

1. Bartelt

2. Kim & Shim

- سرمایه اجتماعی ساختاری تأثیر مثبت و معناداری بر تبادل دانش ضمنی در کلینیک‌های زیبایی و مراکز جراحی محدود شهر مشهد دارد.

- تبادل دانش ضمنی تأثیر مثبت و معناداری بر قابلیت نوآوری در کلینیک‌های زیبایی و مراکز جراحی محدود شهر مشهد دارد.

- سرمایه اجتماعی ساختاری از طریق تبادل دانش ضمنی تأثیر مثبت و معناداری بر قابلیت نوآوری در کلینیک‌های زیبایی و مراکز جراحی محدود شهر مشهد دارد.

- سرمایه اجتماعی شناختی از طریق تبادل دانش ضمنی تأثیر مثبت و معناداری بر قابلیت نوآوری در کلینیک‌های زیبایی و مراکز جراحی محدود شهر مشهد دارد.

- سرمایه اجتماعی ارتباطی از طریق تبادل دانش ضمنی تأثیر مثبت و معناداری بر قابلیت نوآوری در کلینیک‌های زیبایی و مراکز جراحی محدود شهر مشهد دارد.

ادبیات و پیشینه پژوهش

پیشینه نظری

سرمایه اجتماعی مفهومی است که از دهه ۱۹۷۰ در کنار سرمایه مادی و انسانی مطرح شده است. در گذشته تأکید اصلی بر سرمایه‌های مادی و فیزیکی بود. سرمایه اجتماعی نقشی بسیار مهم‌تر از سرمایه‌های فیزیکی و انسانی در جوامع و سازمان‌ها ایفا می‌کند و شبکه روابط جمعی و انسجام‌بخش میان انسان‌ها و سازمان‌هاست، زیرا جامعه‌ای که بدون سرمایه اجتماعی است، دیگر سرمایه‌ها به‌طور پهنه به کار گرفته نخواهند شد و کارایی لازم را ندارد. سرمایه اجتماعی مفهومی پیچیده، چندوجهی و بین‌رشته‌ای است که علی‌رغم تازگی و پیچیدگی، توجه بسیاری از صاحب‌نظران حوزه‌های یادشده را به خود جلب کرده است. طرح این رویکرد در بسیاری از مباحث اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، نشان‌دهنده اهمیت نقش روابط اجتماعی در متغیرهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است (کیم و شین^۱، ۲۰۱۸). در کنار سرمایه‌های اقتصادی، فرهنگی و نمادین سرمایه دیگری به نام سرمایه اجتماعی مطرح است. سرمایه اجتماعی، راهی برای نیل به موفقیت و اصل محوری برای دستیابی به توسعه قلمداد می‌شود. سرمایه اجتماعی مفهومی کلان است که دربرگیرنده ابعادی مانند اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی و هنجارهاست. سرمایه اجتماعی از ویژگی خودزایی و خودمولدی برخوردار است، به این معنا که با استفاده مناسب از آن، زمینه برای تولید و تقویت آن فراهم می‌شود (رهبر و حیدری، ۱۳۹۰). به نظر پاتنام^۲ (۱۹۹۸) سرمایه اجتماعی ویژگی‌های سازمان اجتماعی همچون هنجارها، شبکه‌های اجتماعی و اعتماد است که هماهنگی و همکاری را برای رسیدن به سود متقابل و مشترک آسان می‌کند. کلمن^۳ (۱۹۸۸) سرمایه اجتماعی را مجموعه گوناگونی از هستی‌هایی می‌داند که دارای وجه مشترک‌اند؛ همه آن‌ها ساختار اجتماعی دارند و تسریع‌کننده اعمال خاص اشخاصی که در داخل ساختار فعال‌اند، هستند. سرمایه اجتماعی از مسیر جامعه‌پذیری، کنترل اجتماعی، پیوستگی اجتماعی، هنجارمندی اجتماعی، فراهم‌سازی فرصت و نوعی دارایی، با نظم و امنیت اجتماعی پیوند پیدا می‌کند (آدمی، ۱۳۹۷). سرمایه

1. Kim & Shim
2. Putnam
3. Coleman

اجتماعی حاصل روابط در جامعه است و آن را طیف کاملی از نهادها، اعمال، ابزارها و رفتار یادگرفته شده تعریف می‌کنند که گروه‌ها و افراد را توانمند می‌کند تا فضاهای فیزیکی را بهره‌ور و فضاهای فرهنگی و اجتماعی را مساعدتر کنند (شیروانی و الوانی، ۱۳۸۵). مفهوم سرمایه اجتماعی از دیدگاه کلمن نشان‌دهنده آن است که چگونه ساختار اجتماعی یک گروه می‌تواند برای افراد آن ارزش ایجاد کند. در واقع، سرمایه اجتماعی عبارت است از ارزش‌های ایجاد شده از جنبه‌های اجتماعی که به‌منزله منبعی در اختیار اعضا قرار می‌گیرد تا بتوانند به اهداف خود دست یابند (فغفوری آذر و همکاران، ۱۳۹۸). ناهاپیت و گوشال^۱ (۱۹۹۸) سه بُعد برای سرمایه اجتماعی در نظر گرفته‌اند که شامل بعد ارتباطی، بعد شناختی و بعد ساختاری است. سرمایه اجتماعی، زاده کنش و واکنش‌های افراد و محصول آشنا بودن و آشنا شدن آدمیان با یکدیگر است و بر چشم‌داشت‌هایی استوار است که از آشنایی جان می‌گیرد و در اکثر مواقع با گذر زمان می‌بالد و گسترده می‌شود. سرمایه اجتماعی را پدیده‌ای مدیریتی می‌دانند و برای آن ویژگی‌های گوناگونی تعریف کرده‌اند که شامل اعتماد، ارزش‌ها و رفتارهای مشترک، ارتباطات، همکاری، تعهد متقابل، شناخت متقابل و شبکه‌هاست. این ویژگی‌ها موجب دستیابی به منافع متقابل می‌شود و ارزش‌داری‌های نامحسوس را افزایش می‌دهد (شیخ^۲ و همکاران، ۲۰۱۹). به‌طور کلی، سرمایه اجتماعی بر مجموعه شبکه‌ها، تیم‌ها، روابط، انجمن‌ها، و مؤسسه‌ای دلالت دارد که به‌واسطه هنجارها و ارزش‌های مشترک شکل گرفته و دلگرمی اجتماع انسانی را موجب شده‌است و کنش متقابل و تعاون و همکاری را بین افراد تسهیل می‌کند. سرمایه اجتماعی همواره در سه سطح اصلی تحلیل و بررسی می‌شود. در سطح خرد سرمایه اجتماعی در قالب روابط فردی و شبکه‌های ارتباطی بین افراد و هنجارها و ارزش‌های حاکم بر آن‌ها بررسی می‌شود. بر این اساس، سرمایه اجتماعی موضوعاتی چون شدت و کیفیت روابط و تعاملات بین افراد و گروه‌ها، احساس تعهد و اعتماد دوجانبه به هنجارها و ارزش‌های مشترک را شامل می‌شود و حس تعلق و پیوستگی اجتماعی است (فلاحی، ۱۳۹۷). سرمایه اجتماعی نقشی بسیار مهم‌تر از سرمایه‌های اقتصادی و انسانی در سازمان‌ها و جوامع ایفا می‌کند و باعث توسعه شبکه‌های روابط جمعی و گروهی انسجام‌بخش «انسان‌ها با سازمان‌ها» و «سازمان‌ها با انسان‌ها» و «سازمان‌ها با سازمان‌ها» است. بدون سرمایه اجتماعی، سایر سرمایه‌ها اثر بخشی خود را از دست می‌دهند (خامه‌چی و رنگریز، ۱۳۹۸). توجه به مفهوم سرمایه اجتماعی و سنجش آن، روش و راهکار مناسبی است تا مدیران بتوانند از یک سو، امور جامعه و مسائل محلی را بازاندیشی کنند و تصمیم‌های مؤثرتری بگیرند و از سوی دیگر، ضمن جلوگیری از فرسایش این سرمایه تأثیرگذار، انسجام جامعه را بیشتر تثبیت کنند (فغفوری آذر و همکاران، ۱۳۹۸).

سرمایه اجتماعی ساختاری

بعد ساختاری سرمایه اجتماعی شامل پیوندهای موجود در شبکه، شکل و ترکیب شبکه و تناسب سازمانی است (پورموسوی، ۱۳۹۳). این بُعد دربردارنده الگوهای ارتباطی میان اعضای یک گروه یا واحد اجتماعی است که خود شامل سه بُعد پیوند شبکه، ترتیب شبکه و ثبات شبکه است. پیوند شبکه دربردارنده شیوه‌های خاصی است که اعضای واحد اجتماعی به کمک آن با یکدیگر مرتبط شده‌اند و با هم همکاری می‌کنند. ترتیبات شبکه تعیین‌کننده الگوهای پیوند میان اعضای واحدهای اجتماعی است و ثبات شبکه

1. Nahapiet & Ghoshal
2. Shaikh, Purchase, Brush

نیز دربردارنده میزان نزدیکی و شباهت افراد در یک واحد اجتماعی است (خامه‌چی و رنگریز، ۱۳۹۸). مهم‌ترین جنبه‌های آن عبارت از روابط شبکه‌ای بین افراد و پی‌کرندگی شبکه‌ای است. پیشنهاد اصلی سرمایه اجتماعی این است که روابط شبکه‌ای مثل مدیریت دانش را فراهم سازد. روابط اجتماعی، ایجادکننده کانال‌های اطلاعاتی هستند که میزان زمان و سرمایه‌گذاری مورد نیاز برای گردآوری اطلاعات را کاهش می‌دهند. پی‌کرندگی کلی روابط شبکه‌ای جنبه مهم سرمایه اجتماعی را شکل می‌دهد که می‌تواند بر توسعه سرمایه اجتماعی تأثیر گذارد (نصر اصفهانی و همکاران، ۱۳۹۵).

جدول ۱. ابعاد سرمایه اجتماعی

دیدگاه گوشال و ناهایت	
معیار اندازه‌گیری	ابعاد سرمایه اجتماعی
<ul style="list-style-type: none"> - روابط مبتنی بر صداقت و اعتماد متقابل - همکاری به عنوان یک الزام - تعهد به اهداف - رجحان منافع سازمان - عضو یک خانواده مشترک بودن 	بُعد ارتباطی
<ul style="list-style-type: none"> - وجود ارزش مشترک - شناخت و همکاری براساس حکایات - (تبادل تجربه براساس حکایات) 	بُعد شناختی
<ul style="list-style-type: none"> - روابط شخصی گرم - ارتباطات کاری زیاد - ساختار ارتباطی تسهیل‌کننده 	بُعد ساختاری

سرمایه اجتماعی شناختی

این بُعد شامل ادراک و باورها و تصورات فرهنگی و اجتماعی مشترک است که با مفاهیم و خاطرات مشترک یا زبان مشترک پذیرفته می‌شود و میان آن‌ها باقی می‌ماند. این بُعد شامل دو بعد، هدف‌های مشترک و فرهنگ مشترک است. هدف‌های مشترک میزان درک و دیدگاه مشترک اعضای واحد اجتماعی در زمینه اهداف و نتایج فعالیت‌های گروه است و فرهنگ مشترک نیز شامل میزان هنجارهای رفتاری مشترک میان اعضاست؛ برای مثال این که تا چه اندازه میان اعضا تمایل وجود دارد تا در فعالیت‌های گروهی سازمان شرکت کنند میزان فرهنگ مشترک میان اعضا را نشان می‌دهد (خامه‌چی و رنگریز، ۱۳۹۸). بُعد شناختی اشاره به منابعی دارد که فراهم‌کننده مظاهر، تعبیرها و تفسیرها و سیستم‌های معانی مشترک در میان گروه‌ها هستند. این بُعد بیشتر متناظر بر اشتراکاتی است که کنش‌گران اجتماعی از طریق آن‌ها با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند که می‌توان آن را زبان مشترک ناشی از شناخت متقابل نیز نام نهاد (میرشکاران و همکاران، ۱۳۹۹)، همچنین دربرگیرنده میزان اشتراک کارکنان یک سازمان در یک دیدگاه یا درک مشترک میان آن‌هاست و مشابه بُعد ارتباطی به ماهیت ارتباطات افراد در یک سازمان اشاره دارد (بادسار و همکاران، ۱۳۹۴). میزان اشتراک کارکنان در یک شبکه اجتماعی در دیدگاه یا درک مشترک میان آن‌هاست و مانند بُعد ارتباطی به ماهیت ارتباطات میان افراد در یک سازمان می‌پردازد و شامل زبان و کدهای مشترک و روایت‌های مشترک می‌شود (پورموسوی، ۱۳۹۳).

سرمایه اجتماعی ارتباطی

سرمایه اجتماعی ارتباطی ماهیت روابط در یک سازمان را دربر می‌گیرد. به عبارت دیگر، در حالی که بُعد ساختاری بر این امر متمرکز می‌شود که آیا کارکنان در یک سازمان با هم در ارتباط هستند یا خیر، بُعد ارتباطی بر ماهیت و کیفیت این روابط تمرکز دارد. این بُعد شامل اعتماد، هنجارها، تعهدات و هویت است (لقمان و همکاران، ۱۳۹۷). این بُعد در بردارنده میزان اعتماد متقابل اعضا یک واحد اجتماعی است (خامه‌چی و رنگریز، ۱۳۹۸). عنصر رابطه‌ای سرمایه اجتماعی توصیف‌کننده نوعی روابط شخصی است که افراد با یکدیگر به‌خاطر سابقه تعاملاتشان برقرار می‌کنند (لقمان و همکاران، ۱۳۹۷). مهم‌ترین جنبه‌های این سه بُعد از سرمایه اجتماعی عبارت است از: اعتماد، هنجارها، الزامات و انتظارات و هویت. نکته قابل توجه درباره سه بُعد ساختاری، ارتباطی و شناختی سرمایه اجتماعی این است که از یکدیگر مجزا نیستند و با یکدیگر ارتباط نزدیکی دارند و بر یکدیگر تأثیرگذارند (بادسار و همکاران، ۱۳۹۴).

تبادل دانش ضمنی

تبادل دانش بین افراد و بخش‌های سازمان، می‌تواند منافع آموزشی و یادگیری بسیاری برای سازمان ایجاد کند و سازوکار قدرتمندی برای بهبود بهره‌وری سازمان باشد که قادر است به ماندگاری‌ها در سازمان نیز کمک کند. تبادل دانش سبب کاهش هزینه‌ها، بهبود عملکرد، بهبود ارائه خدمات به مشتریان، کاهش زمان بهبود خدمات و در نهایت کاهش هزینه مربوط به یافتن و دسترسی به انواع ارزشمند دانش در داخل سازمان می‌شود (هنتون^۱ و همکاران، ۲۰۱۶). تسهیم دانش و اطلاعات زمینه ایجاد مزیت رقابتی را فراهم می‌کند. به‌طور کلی دانش به دو دسته طبقه‌بندی می‌شوند: اطلاعات و فنون نوین. اطلاعات به نوعی از دانش گفته می‌شود که به‌سادگی کدگذاری می‌شود.

درمقابل فنون نوین نوعی از دانش ضمنی، پیچیده و سخت است و به‌سختی کدگذاری می‌شود. این نوع از دانش به دلیل ویژگی‌هایش به سختی پذیرنده تقلید و همانندسازی است و در نتیجه بیش از دانش نوع اول (اطلاعات) می‌تواند منجر به خلق مزیت رقابتی شود (یگانه مفرد و همکاران، ۱۳۹۸). حرکت و توزیع دانش بین افراد و پایگاه‌های دانش یا تبدیل دانش ضمنی به دانش صریح در داخل یک سازمان با تبادل و استفاده از دانش به‌عنوان سرمایه سازمان برای دستیابی به اهداف سازمان است. دانش با داده و اطلاعات متفاوت است، اما تمایز بین آن‌ها تنها از طریق مفاهیم بیرونی یا از دیدگاه کاربر ممکن است درک‌شدنی باشد. به‌طور معمول داده که مواد خام است، مجموعه‌ای از حقایق و معیارهاست و اطلاعات داده‌های پردازش‌شده و مجموعه‌های سامان‌یافته از داده‌هاست (سانسون^۲ و همکاران، ۲۰۲۰). بسته به این که دانش از لحاظ فیزیکی در کجا قرار می‌گیرد، می‌توان آن را به دو نوع دانش تصریحی و ضمنی تقسیم‌بندی کرد. دانش تصریحی دانشی است که قابل رمزگذاری و کدگذاری باشد. در نتیجه می‌توان آن را به‌سادگی مخابره، پردازش و منتقل کرد و در پایگاه داده‌ها ذخیره کرد. این نوع از دانش را می‌توان به شکل فرمولی علمی و یا کتابچه راهنما بین افراد سازمان منتشر کرد. دستورکارها، مقررات، قوانین، رویه‌های انجام دادن کار، آیین‌نامه‌ها و شرح جزئیات به‌جز آن که به‌طور رسمی در بین افراد سازمان به‌آسانی انتقال‌پذیرند، دانش تصریحی محسوب می‌شوند. درمقابل، دانش

1. Henttonen
2. Swanson

ضمنی شخصی است و فرموله کردن آن بسیار مشکل است. این نوع از دانش که از طریق تسهیم تجربه‌ها با مشاهده و تقلید به دست می‌آید، ریشه در اعمال، رویه‌ها، تعهدات، ارزش‌ها و احساسات افراد دارد (شیراسب و همکاران، ۱۳۹۷). تبادل دانش ضمنی بستگی زیادی به تفاوت بین ارتباطات رودررو و معاملات آزاد افراد دارد. صمیمیت دو طرف عامل اصلی در میزان تبادل دانش ضمنی محسوب می‌شود، زیرا دانش ضمنی اغلب از طریق زبان، بدن و نمایش فیزیکی مهارت‌ها ایجاد می‌شود و انتقال می‌یابد، بنابراین، باید به فناوری اطلاعات و ارتباطات که بخش عمده‌ای از این دانش را منتقل می‌کند، بهای بسیاری داده شود. از آنجاکه تبادل دانش ضمنی نیازمند اختصاص وقت بسیاری برای برقراری ارتباط است، احتمال دارد در سازمان‌هایی که به خبرگی اهمیت زیادی می‌دهند، اما همکاری و کمک رساندن به دیگران در آن‌ها، اهمیت زیادی ندارد، افراد خبره و صاحبان دانش از این موضوع به‌عنوان عاملی برای دستیابی به قدرت استفاده کنند. بنابراین، انتقال دانش ضمنی تا حد زیادی نیازمند تعاملات شخصی و غیررسمی است و وظیفه مدیریت سازمان است که با ایجاد فضای مناسب، زمینه استفاده آزادانه افراد از روش‌های مختلف تفکر را فراهم کند (استاک و عبدالملکی، ۱۳۹۳). دانش ضمنی، ممکن است به‌سادگی درک نشود؛ زیرا به‌سختی هم‌پذیر است و به‌شکل توانمندی‌ها، مهارت‌ها و نظریات نمود می‌یابد (حاجی‌زاده و سرداری، ۱۳۹۷). دانش ضمنی نقش مهمی را در نوآوری ایفا می‌کند. بنابراین، مدیریت دانش ضمنی باید به‌منظور توانایی در پیشینه‌سازی موفقیت خلاقیت و نوآوری، هم‌راستا با مدیریت نوآوری سازمان پذیرفته شود و بر سه بُعد مختلف دانش ضمنی (تکامل، حیاتی‌سازی و انتقال دانش ضمنی) تأکید شود. هرچه دانش ضمنی مرتبط‌تری در مراحل مختلف فرایند خلاقیت وارد شود، مدیریت نوآوری به‌طور کارا و مؤثرتر عمل خواهد کرد که این کار به افزایش موفقیت خلاقیت و نوآوری منجر می‌شود (استاک و عبدالملکی، ۱۳۹۳).

نوآوری

نوآوری به‌معنای به‌کارگیری تفکرات جدید ناشی از خلاقیت است که در سازمان می‌تواند به‌صورت کالایی جدید خدمت و یا راه‌حل جدید انجام دادن کارها باشد. خلاقیت اشاره به قدرت ایجاد اندیشه‌های نو دارد و به‌معنای کاربردی کردن آن افکار تازه و نو است؛ درواقع، فرایندی است که از طریق آن، سازمان مشکلات موجود را شناسایی و تعریف می‌کند، سپس، فعالانه دانش جدید را برای حل آن‌ها به‌کار می‌گیرد (دل جیودیسی^۱ و همکاران، ۲۰۱۶)، به تمایل شرکت‌ها برای پذیرش ایده‌های جدید اشاره می‌کند و می‌تواند به‌وسیله ارتباط با مشتریان و کسب دانش بازار بهبود یابد. همچنین، توانایی انجام دادن امری ابتکاری است که به آفرینش محصول یا خدمتی جدید منجر شود، به‌طوری که این توانایی ممکن است از هوش و استعداد افراد سرچشمه گیرد یا به‌وسیله آموزش ایجاد شود (لی و ها، ۲۰۱۸).

«ریتر» موفقیت نوآوری را با دو بُعد موفقیت در نوآوری محصول و موفقیت در نوآوری فرایند تعریف می‌کند و می‌گوید از طریق به‌کارگیری دانش ضمنی صحیح، مراحل انتقال اجرای ایده‌ها در فرایند نوآوری کوتاه می‌شود. فرایند نوآوری زمانی موفق است که در هر مرحله آن بر یک بحران، خواه با سرعت گرفتن فرایند یا ممانعت از توقف فرایند، غلبه شود. این موضوع نشان می‌دهد با مدیریت صحیح دانش ضمنی، مشکلات به‌وجودآمده به روشی انعطاف‌پذیر حل خواهند شد. نوآوری به‌معنای ترک الگوهای قدیمی

1. Del Giudice
2. Li & Ha

و مهم‌ترین قابلیت برای رشد و گسترش سازمان در نظر گرفته شده‌است. نوآوری یکی از عوامل اصلی حفظ مزیت رقابتی و موفقیت بلندمدت سازمان در بازارهای رقابتی شناخته می‌شود. سازمان‌هایی که ظرفیت ایجاد نوآوری دارند، سریع‌تر و بهتر از سازمان‌های غیرنوآور می‌توانند به چالش‌های محیطی پاسخ دهند، که این خود، عملکرد سازمان را افزایش می‌دهد. از این‌رو، فهم چگونگی مدیریت آن به‌طور قطع مهم است (فغفوری‌آذر و همکاران، ۱۳۹۸). نوآوری اغلب همراه با تغییر است و پدیده جدیدی در نظر گرفته می‌شود که منجر به تغییر است. هر تغییری نوآوری نیست، زیرا ممکن است شامل نظرهای جدید نباشد، یا به بهبود سازمانی منجر نشود. در مجموع، می‌توان گفت نوآوری تغییرات نو، سازنده و موفق در بازار است که ارتقای سطح عملکرد سازمان را به دنبال دارد (حمیدی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳). سرمایه اجتماعی خلاق و نوآور ورود به بازارهای جدید، کنش‌پذیری، ریسک‌پذیری و انعطاف‌پذیری مستمر را به دنبال دارد (جاوی و کروا، ۲۰۲۰).

پیشینه تجربی

سولیستو و عیونی^۲ (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان «مزیت رقابتی شرکت‌های کوچک و متوسط: نقش قابلیت‌های نوآوری، جهت‌گیری‌های کارآفرینی و سرمایه اجتماعی» به بررسی نقش و تأثیر سرمایه اجتماعی بر روی قابلیت‌های نوآوری و مزیت‌های رقابتی پرداخته‌اند. بر پایه یافته‌های این پژوهش، سرمایه اجتماعی به‌طور مستقیم و غیرمستقیم باعث توسعه مزیت رقابتی شرکت‌ها می‌شود. پورواتیا^۳ و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان «تأثیر قابلیت نوآوری بر عملکرد کسب‌وکار: نقش سرمایه اجتماعی و کارآفرینی رهبر» به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر قابلیت نوآوری و عملکرد پرداخته‌اند. بر اساس یافته‌های این پژوهش، سرمایه اجتماعی می‌تواند موجب توسعه و بهبود عملکرد شرکت‌ها شود، به‌ویژه آن‌که سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت معناداری بر روی قابلیت نوآوری نیز دارد. ریمرز هرناندز^۴ و همکارانش (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان «گردشگری و سرمایه اجتماعی: شکاف‌ها و فرصت‌ها» به بررسی سرمایه اجتماعی و گردشگری با توجه به فرصت‌ها و شکاف‌های بین این دو متغیر پرداخته‌اند. به این منظور مطالعه‌ای به‌صورت کتابخانه‌ای انجام شد. بر طبق یافته‌های پژوهش، سرمایه اجتماعی متغیری بسیار مهم برای توسعه گردشگری است و باید مطالعات بیشتری در این زمینه انجام داد و بر اساس نتایج نادیده گرفتن سرمایه اجتماعی از طرف مسئولان صنعت گردشگری ضربه محکمی به این صنعت می‌زند. لی و ها (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «تأثیر سرمایه اجتماعی روابط خریدار و تأمین‌کننده بر تبادل دانش دوسویه در زنجیره تأمین» به بررسی روابط تأمین‌کننده به تبادل اطلاعات بین دو طرف می‌پردازد. سه بعد (سرمایه ساختاری، شناختی و رابطه‌ای) بر تبادل دانش دوسویه (برای مثال، ورود و خروج اطلاعات) تأثیر دارد و به‌طور کلی، سرمایه اجتماعی می‌تواند برای دستیابی به اطلاعات دوطرفه موفق شناسایی، طراحی و مدیریت شود و وابستگی ماهیت و کیفیت تبادل دانش به نقش ارائه‌دهنده اطلاعات در مقابل متقاضی اطلاعات را منعکس کند. یائو^۵ و همکاران (۲۰۱۷) پژوهشی با عنوان «دیدگاه

1. Jarvi & Khoreva
2. Sulistyoy & Ayuni
3. Purwati
4. Ramirez Hernandez
5. YAO

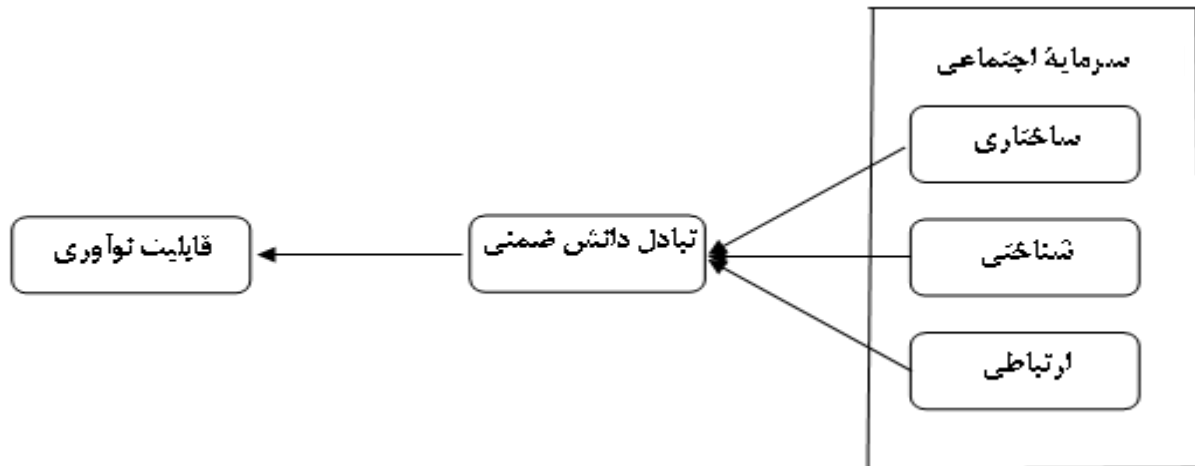
نظری مبادلات اجتماعی و تبادل دانش در انجمن‌های آنلاین سلامت» انجام داده‌اند. جامعه آماری متشکل از ۳۲۳ نفر از دو جامعه برخط سلامت در چین بوده‌است. برپایه بررسی‌ها، جوامع برخط بهداشتی به یک سکوی تبادل دانش برای برقراری ارتباط و ایجاد پشتیبان برای بیماران تبدیل شده‌اند و احساس اعتماد به نفس، حمایت اجتماعی درک‌شده اعضای گروه و افزایش شهرت تأثیر مثبتی بر تبادل دانش عمومی و خاص دارد. چای و تانگ کو^۱ (۲۰۱۵) پژوهشی با عنوان «ترویج کارآفرینی با جمع‌آوری سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش» انجام داده‌اند و بر اهمیت مدیریت دانش و سرمایه اجتماعی در گرایش به کارآفرینی فروشندگان متوسط و کوچک تأکید کرده‌اند. همچنین، برپایه نتایج تحقیق آنان سرمایه اجتماعی و گرایش به کارآفرینی به‌طور کامل با مدیریت دانش رابطه دارد. ماسومی و شرمیسا^۲ (۲۰۱۵) در پژوهشی تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد شرکت‌های کوچک در بنگال غربی را بررسی کرده‌اند و نشان داده‌اند که تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد شرکت‌هایی که با شبکه‌های رسمی و غیررسمی در تعامل‌اند، بیشتر است.

یگانه مفرد و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «عوامل مؤثر بر تبادل دانش بر عملکرد زنجیره تأمین بیمارستان از طریق یکپارچه‌سازی تأمین‌کننده بیمارستان» به بررسی نوآوری به‌وسیله تبادل دانش پرداخته‌اند. برپایه نتایج پژوهش، با توجه به نقش واسط یکپارچه‌سازی تأمین‌کننده و تأثیر تبادل دانش بر عملکرد زنجیره تأمین این نکته حائز اهمیت است که بیمارستان‌ها با دیجیتالی کردن هرچه بیشتر سیستم‌های تبادل دانش خود تلاش کنند تا بتوانند هماهنگی و یکپارچگی بهتری را بین بیمارستان و تأمین‌کنندگان ایجاد کنند و به حداکثر نوآوری و اثربخشی در عملکرد زنجیره تأمین بیمارستان‌ها دست یابند. فغفوری آذر و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «طراحی مدل پویا برای تحلیل سرمایه اجتماعی با رویکرد پویاشناسی سیستم‌ها» به بررسی تعریف جدیدی از سرمایه اجتماعی و منافع و مزایای ناشی از وجود انباشت سرمایه اجتماعی با برقراری ارتباطات بین افراد از راه سه مکانیسم گُش متقابل مبتنی بر اعتماد، کانال‌های ارتباطی، و هنجارها و ضمانت‌های اجرایی مؤثر پرداخته‌اند و نتایج حاصل را چنین بیان کرده‌اند: همکاری را بین افراد ایجاد و تقویت می‌کند، به افراد اجازه می‌دهد اطلاعات مفیدی را با هدف کسب منافع تبادل کنند، و درنهایت به پایه‌گذاری هنجارهای فرهنگی و ترویج رویکردها و رفتار فاخر اجتماعی کمک می‌کند.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با توجه به هدف از نوع کاربردی و از لحاظ شیوه جمع‌آوری داده‌ها و تحلیل آن‌ها، روش توصیفی از نوع همبستگی و با استفاده از مدل‌بایی معادلات ساختاری به‌وسیله نرم‌افزار Smart PLS است. جامعه آماری تحقیق حاضر همه مدیران و کارکنان کلینیک‌های زیبایی (آبنوس، زیباآفرین، آراد، پالادیوم، باران، یاس، ایرانا، افرا، الماس و شاپرک) و مراکز درمانی جراحی محدود مشهد (گهرسا، کسری، حضرت معصومه (س) و ارمغان) به تعداد ۱۹۵ نفر است. نمونه‌گیری به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای انجام گرفته و تعداد نمونه با استفاده از جدول مورگان ۱۲۵ نفر به‌دست آمده‌است. ابزار گردآوری داده‌ها در این پژوهش،

پرسشنامه استاندارد با طیف لیکرت پنج گزینه‌ای است. در این پرسشنامه برای سنجش قابلیت نوآوری از پرسشنامه شامل ۶ گویه استفاده شده است.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی برای بررسی اطلاعات جمعیت‌شناختی با نرم‌افزار اسپ‌اس‌اس ۲۳ انجام شده است. در ادامه آمار استنباطی برای آزمون فرضیه‌ها با نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس ۳ صورت گرفته است. توزیع فراوانی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه پژوهش در جدول ۲ نشان داده شده است.

پایایی پرسشنامه با محاسبه آلفای کرونباخ، پایایی معرفها (بارعاملی) و پایایی مرکب ارزیابی شده و برای تضمین روایی محتوایی و صوری از نظر خبرگان و پرسشنامه‌های استاندارد و برای روایی سازه از تحلیل عاملی تأییدی و روایی همگرا و تشخیصی بهره گرفته شده است. در نهایت، با توجه به حجم نمونه‌ها، از نرم‌افزارهای SPSS و Smart PLS برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است.

ارزیابی پایایی پرسشنامه با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ و شاخص پایایی ترکیبی به انجام رسید. برای تأیید پایایی پرسشنامه، مقدار ضریب آلفای کرونباخ و مقدار شاخص پایایی ترکیبی باید از $0/7$ بیشتر باشد. به منظور ارزیابی روایی پرسشنامه از نظر خبرگان و روایی همگرا (AVE) بهره گرفته شده است. مقدار مطلوب معیار (AVE) برای تأیید روایی مقادیر بیشتر از $0/4$ است. نتایج این ارزیابی‌ها در جدول ۳ آمده است. با توجه به مقادیر درج‌شده، روایی و پایایی ابزار گردآوری داده‌ها تأیید می‌شود.

جدول ۲: توزیع فراوانی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه پژوهش

متغیرها	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۷۱
	زن	۵۴
جمع کل	۱۲۵	۱۰۰
تحصیلات	لیسانس	۱۸
	فوق لیسانس	۱۷
	دکتری	۸۷
	فوق دکتری	۳
جمع کل	۱۲۵	۱۰۰
سن	۲۲ تا ۳۰ سال	۶
	۳۰ تا ۴۰ سال	۳۳
	۴۰ تا ۵۰ سال	۵۵
	۵۰ تا ۶۰ سال	۱۹
	۶۰ به بالا	۱۲
جمع کل	۱۲۵	۱۰۰
سابقه کاری	کمتر از ۳ سال	۱۷
	۳ تا ۶ سال	۲۲
	۶ تا ۹ سال	۴۰
	بالاتر از ۹ سال	۴۶
جمع کل	۱۲۵	۱۰۰

جدول ۳: روایی همگرا، ضریب آلفای کرونباخ، پایایی مرکب

متغیر	گویه	بار عاملی	روایی همگرا (AVE)	آلفای کرونباخ	پایایی مرکب (CR)
قابلیت نوآوری	Q ₁	۰/۶۷۳	۰/۵۱۳	۰/۸۰۱	۰/۸۵۲
	Q ₂	۰/۷۵۸			
	Q ₃	۰/۷۵۴			
	Q ₄	۰/۷۸۹			
	Q ₅	۰/۶۱۹			
	Q ₆	۰/۶۸۹			
تبادل دانش ضمنی	Q ₇	۰/۶۶۵	۰/۵۰۳	۰/۷۶۲	۰/۸۳۲
	Q ₈	۰/۷۲۷			
	Q ₉	۰/۵۹۵			
	Q ₁₀	۰/۷۲۹			
	Q ₁₁	۰/۸۱۷			
	Q ₁₂	۰/۶۷۴			
	Q ₁₃	۰/۷۴۳			

۰/۷۹۸	۰/۷۴۹	۰/۵۰۴	۰/۸۱۱	Q ₁₄	سرمایه اجتماعی ارتباطی
			۰/۶۶۷	Q ₁₅	
			۰/۴۹۵	Q ₁₆	
			۰/۷۳۷	Q ₁₇	
			۰/۸۰۳	Q ₁₈	
۰/۷۹۴	۰/۷۷۳	۰/۵۲	۰/۸۹۶	Q ₁₉	سرمایه اجتماعی شناختی
			۰/۶۷۶	Q ₂₀	
			۰/۸۰۲	Q ₂₁	
			۰/۶۸۶	Q ₂₂	
			۰/۵۵۱	Q ₂₃	
۰/۷۶۷	۰/۷۳۸	۰/۵۷۶	۰/۸۵۴	Q ₂₅	سرمایه اجتماعی ساختاری
			۰/۷۵۹	Q ₂₆	
			۰/۷	Q ₂₇	
			۰/۷۱۵	Q ₂₈	
			۰/۷۹۳	Q ₂₉	
			۰/۷۲۴	Q ₃₀	

علاوه بر روایی همگرا، جذر مقادیر (AVE) با همبستگی سازه‌ها مقایسه می‌شود. اگر جذر (AVE) برای هر سازه از همبستگی یک سازه با سایر سازه‌ها بیشتر باشد، روایی واگرایی سازه‌ها تأیید می‌شود (هنسلر^۱ و همکاران، ۲۰۰۹). برای بررسی روایی تشخیصی از خروجی‌های نرم‌افزار Smart PLS نسخه ۳ استفاده شده است. این مقادیر در جدول ۴ گزارش شده است. مقادیر روی قطر اصلی ماتریس (جذر میانگین واریانس استخراج شده) از تمام مقادیر همبستگی بین متغیرها با هم بیشتر است. نتیجه این است که تمام متغیرهای مطالعه شده از روایی تشخیصی برخوردار هستند.

جدول ۴. ماتریس سنجش روایی واگرا

قابلیت نوآوری	سرمایه اجتماعی شناختی	سرمایه اجتماعی ساختاری	سرمایه اجتماعی ارتباطی	تبادل دانش ضمنی
				تبادل دانش ضمنی
			۰/۷۱	۰/۷۰۴
		۰/۷۵۸	۰/۱۱۲	۰/۱۰۶
	۰/۷۲۱	۰/۱۱۶	۰/۶۷۶	۰/۶۷۸
۰/۷۱۶	۰/۷۰۸	۰/۱۰۷	۰/۶۶۲	۰/۷۰۲

برازش مدل

یکی از آزمون‌های ارزیابی مدل اندازه‌گیری انعکاسی، آزمون بررسی کیفیت آن است. کیفیت مدل اندازه‌گیری توسط شاخص اشتراک با روایی متقاطع (CV Com) محاسبه می‌شود. چنانچه این شاخص عدد مثبت را نشان دهد، مدل اندازه‌گیری انعکاسی از کیفیت لازم برخوردار است. برای بررسی کیفیت کل مدل اندازه‌گیری میانگین این شاخص گرفته می‌شود و چنانچه مثبت باشد کل مدل اندازه‌گیری از کیفیت مناسبی برخوردار است (محسنین و اسفیدانی، ۱۳۹۳). مقادیر شاخص اشتراک (CV Com) در جدول ۵ گزارش شده‌است. چون تمام این مقادیر مثبت است پس کیفیت مدل ساختاری خوب ارزیابی می‌شود.

جدول ۵. مقادیر اشتراکی

شاخص اشتراک (Communality) $Q2 = 1 - SSE/SSO$	متغیر
۰/۲۴۸	تبادل دانش ضمنی
۰/۲۷	سرمایه ارتباطی اجتماعی
۰/۲۲۱	سرمایه شناختی اجتماعی
۰/۰۶۱	سرمایه ساختاری اجتماعی
۰/۳۱۳	قابلیت نوآوری

معیار اساسی ارزیابی متغیرهای مکنون درون‌زا مدل مسیر، ضریب تعیین (R^2) است. این شاخص نشان می‌دهد چند درصد از تغییرات متغیر درون‌زا توسط متغیر برون‌زا صورت می‌پذیرد. مقادیر ۰/۶۷، ۰/۳۳ و ۰/۱۹ برای متغیرهای مکنون درون‌زا در مدل مسیر ساختاری به ترتیب قابل توجه، متوسط و ضعیف توصیف شده‌است ولی چنانچه متغیر مکنون درون‌زا زیر تأثیر تعداد معدودی (یک یا دو) متغیر برون‌زا قرار داشته باشد، مقادیر متوسط ضریب تعیین نیز پذیرفتنی است (محسنین و اسفیدانی، ۱۳۹۳). مقدار ضریب تعیین R^2 برای متغیرهای درون‌زای پژوهش در جدول ۶ گزارش شده‌است.

جدول ۶. ضرایب تعیین

متغیر	ضریب تعیین	ارزیابی
تبادل دانش ضمنی	۰/۶۵۲	قابل توجه
قابلیت نوآوری	۰/۵۶۵	متوسط

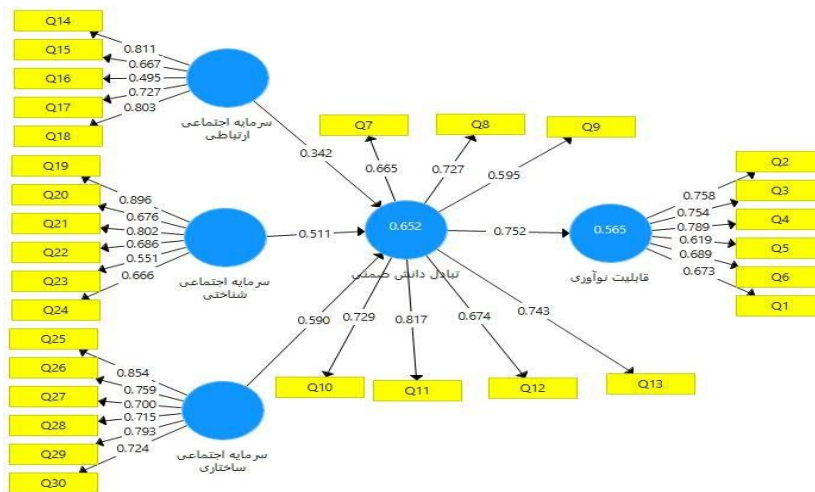
شاخص نیکویی برازش GOF، مجذور ضرب دو مقدار متوسط مقادیر اشتراکی^۱ و متوسط ضریب تعیین^۲ است. از آنجاکه این مقدار به دو شاخص مذکور وابسته است حدود این شاخص بین صفر و یک است و سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به ترتیب به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی کرده‌اند. شاخص GOF به صورت دستی محاسبه شده‌است (محسنین و اسفیدانی، ۱۳۹۳). میانگین ضرایب تعیین ۰/۶۰۸ و میانگین مقادیر اشتراکی ۰/۲۲۲ به دست آمده‌است.

1. Communality
2. R Square Average

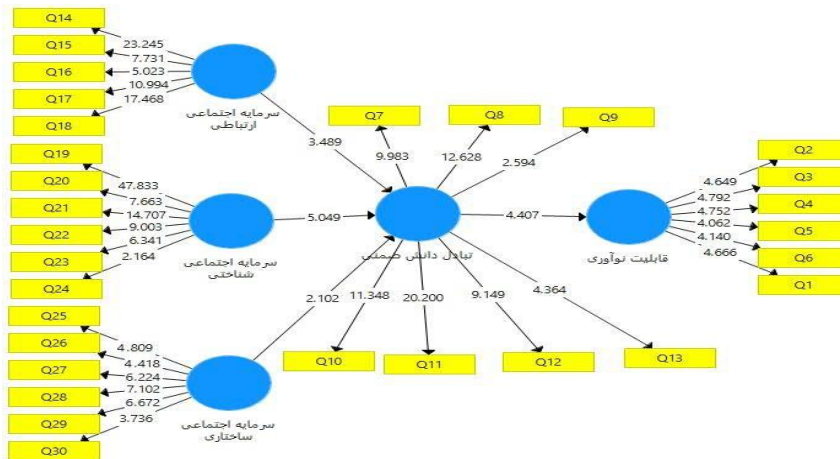
$$GOF = \sqrt{\text{Communality} \times R^2}$$

$$GOF = \sqrt{0/222 \times 0/608} = 0/367$$

مقدار شاخص GOF در بازه قوی قرار دارد، بنابراین مدل از برازش مناسبی برخوردار است. برای آزمون فرضیه‌ها باید ضرایب مسیر و معناداری ضرایب مسیر را بررسی کنیم. معیار تأیید فرضیه‌ها مقدار معناداری ضرایب مسیرهاست که باید بیشتر از ۱/۹۶ باشد. در شکل‌های ۲ و ۳ مدل تحقیق در دو حالت ضرایب مسیر و معناداری به نمایش درآمده‌است.



شکل ۲. مدل پژوهش در حالت ضریب مسیر



شکل ۳. مدل پژوهش در حالت معناداری ضرایب مسیر (آماره تی)

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی بر قابلیت نوآوری از طریق تبادل دانش ضمنی انجام شده‌است. با استفاده از سرمایه اجتماعی خلاق و نوآور، رهبری کارآفرینانه در سازمان به وجود می‌آید که با ایجاد انگیزه و تعهد در کارکنان، قابلیت‌های لازم را برای ایجاد فرصت با تشویق به نوآوری و استفاده خلاقانه از سرمایه انسانی، اجتماعی و دیگر منابع سازمان

ایجاد می‌کند و به خلق ارزش مشترک می‌پردازد. یافته‌های پژوهش حاکی از تأثیر تبادلی دانش ضمنی بر قابلیت نوآوری است. این بدان معناست که با توسعه تبادلی دانش ضمنی در بین مدیران و کارکنان کلینیک‌های زیبایی و مراکز جراحی محدود قابلیت نوآوری افزایش می‌یابد. هنگامی که مدیران و کارکنان کلینیک‌های زیبایی و مراکز جراحی محدود به یکدیگر اعتماد داشته باشند، روابط دوستانه میان آن‌ها به وجود می‌آید و علاوه بر این، دانش و تجربیات خود را تسهیل می‌کنند و می‌توانند به یک دانش جمعی با مدیریت مشارکتی، توجه به افراد خلاق، کارکنانی با دانش به‌روز و علاقه‌مند به یادگیری دست یابند و با ایجاد اتاق فکر و مراکز پذیرش و بررسی پیشنهادهای تبادلی دانش ضمنی بپردازند و خدمات به‌روز و باکیفیتی را به زیبایی‌جویان ارائه دهند. این یافته‌ها با مطالعات دل‌جیو دیس و همکاران (۲۰۱۸) هم‌راستا است. برپایه یافته‌های دیگر پژوهش، سرمایه اجتماعی ساختاری بر تبادلی دانش ضمنی تأثیر مثبت و معناداری دارد. این بدان معناست که سرمایه اجتماعی ساختاری با مشخص بودن حیطه وظایف مدیران و کارکنان، تشکیل گروه‌های مختلف کاری، انتخاب مناسب مدیران و کارکنان و الگو قرار دادن افراد شایسته به ارزش‌های مشترک و تبادلی تجربه دست یافته‌است و با تبادلی دانش بین مدیران و کارکنان کلینیک‌های زیبایی و مراکز جراحی محدود می‌تواند منافع آموزشی و یادگیری چشمگیری را ایجاد کند که سازوکاری برای بهبود بهره‌وری را در پی دارد. این یافته‌ها با مطالعات چای و تانگ‌کو (۲۰۱۵) هم‌راستا است. براساس یافته‌های دیگر پژوهش، سرمایه اجتماعی ارتباطی بر تبادلی دانش ضمنی تأثیر مثبت و معناداری دارد. این بدان معناست که سرمایه اجتماعی ارتباطی به وسیله روابط میان مدیران و کارکنان کلینیک‌های زیبایی و مراکز جراحی محدود، اعتماد را شکل می‌دهد و کنش‌ها را تسهیل می‌کند و با تبادلی دانش همکاری، مشارکت، انسجام و همبستگی گروهی را تسهیل می‌کند که سبب کاهش هزینه‌ها، بهبود عملکرد، و بهبود ارائه خدمات به زیبایی‌جویان می‌شود. این یافته‌ها با مطالعات لی و ها (۲۰۱۸) هم‌راستا است. برپایه یافته‌های دیگر پژوهش، سرمایه اجتماعی شناختی بر تبادلی دانش ضمنی تأثیر مثبت و معناداری دارد. این بدان معناست که سرمایه اجتماعی شناختی و تعبیرها و تفسیرها، انتقال تجربیات کاری و توجه به اهداف کلینیک‌های زیبایی و مراکز جراحی محدود در مقابل اهداف شخصی به وسیله تبادلی دانش عمل و همکاری برای رسیدن به عملکردی بهتر را محقق می‌کند که با مطالعات یائو و همکاران (۲۰۱۷) هم‌راستا است. فرضیه‌های تأثیر سرمایه اجتماعی ساختاری، ارتباطی و شناختی از طریق تبادلی دانش ضمنی بر قابلیت نوآوری رد شده‌است. این بدان معناست که اعتماد به دست‌آمده از سرمایه اجتماعی ارتباطی بین مدیر و کارکنان برای تبادلی دانش ضروری است و ریشه دانش ضمنی در تعاملات اجتماعی، آرمان‌ها و ارزش‌های مشترک است و سلسله‌مراتب و روابط اجتماعی به ساختار محکم، تفاوت‌های فرهنگی و اجبار اشاره دارد که منجر به قابلیت نوآوری نمی‌شود. پیشنهاد می‌شود مدیران کلینیک‌های زیبایی و مراکز جراحی محدود با تقویت اعتماد، همکاری، مشارکت، انسجام، همبستگی گروهی و انتقال تجربیات کاری به نهادینه کردن سرمایه اجتماعی کلینیک‌های زیبایی و مراکز جراحی محدود مبادرت ورزند، همچنین از راه ابعاد مختلف سرمایه اجتماعی به وسیله سیستم پاداش مناسب، مدیریت مشارکتی، توجه به افراد خلاق و ایجاد سازوکارهایی مانند ایجاد اتاق فکر، توسعه شبکه نرم‌افزاری و سیستم عامل‌های به‌روز تبادلی دانش به توسعه نوآوری بپردازند و با استفاده از مدیریت فرایندهای کسب‌وکار و مدل‌سازی فرایندها به تبدیل فرم‌های کاغذی به سیستم خودکار و هوشمند و ارزیابی آن‌ها اقدام کنند.

منابع

- آدمی، علی. (۱۳۹۷). جایگاه سرمایه اجتماعی در بستر قدرت نرم با تأکید بر آراء امام خمینی (ره). *مطالعات قدرت نرم*، ۱۶ (۷)، ۶۶-۸۴.
- استاک، روح‌الله و عبدالملکی، جمال. (۱۳۹۳). بررسی و تبیین تأثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری با تأکید بر نقش میانجی مدیریت دانش. *مدیریت سرمایه اجتماعی* ۱ (۱)، ۱-۲۰.
- بادسار، محمد، رضایی، روح اله و درینی، روح اله. (۱۳۹۴). بررسی اثر ابعاد سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های خدمات مشاوره، فنی و مهندسی کشاورزی شهرستان‌های جنوب استان کرمان. *علوم ترویج و آموزش کشاورزی*، ۱۱ (۱)، ۱۴۵-۱۶۱.
- پورموسوی، سیدموسی، عباسی کسبی، دنیا و واحدی، حیدر. (۱۳۹۳). تحلیل و ارزیابی مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی و تأثیر آن در امنیت اجتماعی شهر. *مطالعه موردی منطقه ۱۲ شهر تهران. مجله آمایش جغرافیایی فضا*، ۳ (۱۰)، ۱۴۰-۱۵۸.
- حاجی‌زاده، پیمان و سرداری، احمد. (۱۳۹۷). تأثیر مدیریت دانش بر بهبود عملکرد نوآورانه سازمان با تأکید بر نقش میانجی یادگیری سازمانی (مورد مطالعه: هولدینگ تولید محصولات پتروشیمی قائد بصیر). *فصلنامه مدیریت دانش سازمانی*، ۲ (۱)، ۶۳-۹۳.
- حمیدی‌زاده، علی، شهیدزاده، فریبا و موحدی فر، عرفان. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی (مورد مطالعه: اداره کل مخابرات شهرستان قم). *مجله علمی*، ۱ (۲)، ۲۰۳-۲۲۳.
- حیدری، مرتضی. (۱۳۹۹). ضرورت مدیریت دانش در بحران کرونا و ویروس جدید (کووید-۱۹). *تصور سلامت*، ۱۱ (۲)، ۹۴-۹۷.
- خامه‌چی، حامد و رنگریز، حسن. (۱۳۹۸). فراتحلیل پیامدهای سرمایه اجتماعی. *مجله علمی*، ۶ (۴)، ۶۰۳-۶۲۴.
- رهر، عباسعلی و حیدری، فاطمه. (۱۳۹۰). تأثیر سرمایه اجتماعی بر ارتقاء سیاست‌گذاری. *مطالعات روابط بین‌الملل*، ۴ (۱۴)، ۲۱۹-۲۵۳.
- شیراسب، مهدیه، مذبحی، سعید و عصاره، علیرضا. (۱۳۹۷). نقش سرمایه اجتماعی در اشتراک‌گذاری دانش در بین دانشجویان کشاورزی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران. *پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی*، ۱۰ (۴۴)، ۲۰-۲۸.
- شیروانی، علیرضا و الوانی، مهدی. (۱۳۸۵). *سرمایه اجتماعی (مفاهیم، نظریه‌ها و کاربردها)*، تهران: مانی.
- فنفوری آذر، امین، باکوئی، فاطمه، مهدوی عادل، محمدحسین، رادفر، رضا و افشار کاظمی، محمدعلی. (۱۳۹۸). طراحی مدلی پویا برای تحلیل سرمایه اجتماعی با رویکرد پویایی‌شناسی سیستم‌ها. *مدیریت سرمایه اجتماعی*، ۶ (۴)، ۴۴۵-۴۷۳.
- فلاحی، علی. (۱۳۹۷). سرمایه اجتماعی میانی در کشور با تأکید بر سازمان بسیج و رابطه آن با احساس امنیت در استان‌ها. *مطالعات راهبردی بسیج*، ۲۱ (۸۰)، ۸۵-۱۱۴.
- لقمان، مونا، زرابادی، زهرا سادات سعیده و بهزادفر، مصطفی. (۱۳۹۷). سنجش و مقایسه سرمایه اجتماعی در گونه‌های متفاوت محلات شهری (نمونه موردی: محله سلطان میراحمد و فین کاشان). *پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر (علمی-پژوهشی)*، ۷ (۱۳)، ۶۱-۸۹.
- محسنین، شهریار و اسفیدانی، محمدرحیم. (۱۳۹۳). *معادلات ساختاری مبتنی بر رویکرد حداقل مربعات جزئی به کمک نرم افزار Smart-PLS*. تهران: کتاب مهربان نشر.
- مهرنوش، مینا، زندی‌نسب، مصطفی و بهرامی، مجتبی. (۱۳۹۷). مدل سازی روابط سرمایه اجتماعی، امنیت، و توسعه گردشگری خارجی. *مجله علمی*، ۶ (۴)، ۵۲۱-۵۴۲.
- میرشکاران، یحیی، وحیدی، الهام، حمیدی، ناصر و مردانی، سمیه. (۱۳۹۹). مطالعه اقدامات اجتماعی پلیس و تأثیر آن بر مدیریت توسعه سرمایه اجتماعی در میان شهروندان شهر قزوین. *انتظام اجتماعی*، ۱ (۱۲)، ۱۶۳-۱۸۴.

نصر اصفهانی، علی، فرخی، مجتبی و امیری، زینب. (۱۳۹۵). تأثیر سرمایه اجتماعی بر توانمندسازی کارکنان (مورد مطالعه: پرستاران بیمارستان شریعتی تهران). *جامعه‌شناسی کاربردی*، ۲۷(۲)، ۱۱۱-۱۲۶.

یگانه مفرد منیره، غیور باغبانی سید مرتضی و رجوعی مرتضی. (۱۳۹۸). تحلیل عوامل مؤثر بر تبادل دانش و نقش آن‌ها در عملکرد زنجیره تأمین از طریق یکپارچه‌سازی تأمین‌کننده بیمارستان‌های مشهد. *فصلنامه مدیریت سلامت*، ۲۲(۲)، ۲۷-۱۸.

References

- Behboudi, M., Jalili, N., & Mousakhani, M. (2011). Examine the commercialization research outcomes in Iran a structural equation model. *International Journal of Business and Management*, 6(7), 261.
- Adami. A. (2017), The Status Of Social Capital In The Context Of The Soft Power With An Emphasis On The View Of Imam Khomeini (Peace Be Upon Him), *Soft Power Studies*, 16(7), 66-84. (In Persian)
- Astak, R., & Abdolmaleki, J. (2014). Study of the Effect of Social Capital on Innovation Emphasize on Mediation Role of Knowledge Management. *Social Capital Management*, 1(1), 1-20. doi:10.22059/jscm.2014.53270. (In Persian)
- Badsar, M., Rezaei, R. A., & Darini, R. A. (2015). Investigation in the Effects of Social Capital on Organizational Entrepreneurship in Counseling Services Enterprises in Southern Kerman Province. *Iranian Agricultural Extension and Education Journal*, 11(1), 145-161. (In Persian)
- Bartelt, V. L., Urbaczewski, A., Mueller, A. G., & Sarker, S. (2020). Enabling collaboration and innovation in Denver's smart city through a living lab: a social capital perspective. *European Journal of Information Systems*, 29(4), 369-387.
- Chih-Hsing, L. & Tingko, L. (2015). Promoting entrepreneurial orientation through the accumulation of social capital, and knowledge management. *International Journal of Hospitality Management*, 46(3), 138-150.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American journal of sociology*, 94, S95-S120.
- Del Giudice, M. and Della Peruta, M.R. (2018). The impact of IT-based knowledge management systems on internal venturing and innovation: a structural equation modeling approach to corporate performance", *Journal of Knowledge Management*, 20(3), 484-498.
- Faghfour Azar, A., Bakouie, F., Mahdavi Adeli, M. H., Radfar, R., & Afshar Kazemi, M. A. (2019). Designing a Dynamic Model to Analyze Social Capital with System Dynamics Approach. *Social Capital Management*, 6(4), 445-473. (In Persian)
- Fallahi, A. (2018). Social capital among the countries with emphasis on mobilization and its relationship with the sense of security in the provinces. *Basij Strategic Studies*, 21(80), 85-114. (In Persian)
- Hajzade, P., & sardari, A. (2018). The Impact of Knowledge Management on Organizational Innovative Performance with Emphasis on Mediating Role of Organizational Learning Case Study: Qaed Basir Petrochemical Products Manufacture Holding. *Scientific Journal of Strategic Management of Organizational Knowledge*, 1(2), 63-93. (In Persian)

- Hamidizadeh, A., Shahidzadeh, F., & Movahedifar, E. (2014). Effect of Components of Social Capital on Organizational Innovation (Study in Telecommunication Company of Qom). *Social Capital Management*, 1(2), 203-223. (In Persian)
- Heidari, M. (). The Necessity of Knowledge Management in Novel Coronavirus (COVID-19) Crisis, *Depiction of Health*, 11(2), 94-97. (In Persian)
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. *Advances in international marketing*, 20: 277-319.
- Henttonen, K., Kianto, A., Kianto, A., Ritala, P., & Ritala, P. (2016). Knowledge sharing and individual work performance: an empirical study of a public sector organisation. *Journal of Knowledge Management*, 20 (4), 749-768.
- Jarvi, K., & Khoreva, V. (2020). "The role of talent management in strategic renewal" Employee Relations: *The International Journal*, 24(9):1744-1761.
- Khamehchi, H., & Rangriz, H. (2019). A Meta-Analysis of Social Capital Consequences. *Social Capital Management*, 6(4), 603-624. (In Persian)
- Kim, N., & Shim, C. (2018). Social capital, knowledge sharing and innovation of small-and medium-sized enterprises in a tourism cluster. *International journal of contemporary hospitality management*, pp. 1-17.
- Lee, C.H. & Ha, B.C. (2018). The impact of buyersupplier relationships' social capital on bi-directional information sharing in the supplychain, *Journal of Business and Industrial Marketing*, 33(3). 325-336.
- Loghman, M, Saeedeh Zarabadi, Z, Behzadfar, M. (2019). Measurement and comparison of social capital in different types of urban neighborhoods (case study: Soltan Mir Ahmad and Fin of Kashan). *Journal of Contemporary Sociological Research*, 7(13), 61-89. (In Persian)
- Mausumi, S. & Sharmistha, B. (2015). Impact of social capital on small firm performance in West Bengal. *The Journal of Entrepreneurship*, 24(2), 91-114.
- Mazbohi, S., Assareh, A., & Shirasb, M. S. (2018). The effectiveness of social capital on knowledge sharing amongst the Agricultural Engineering students of Islamic Azad University, Science and Research Branch, Tehran. *Journal of Agricultural Education Administration Research*, 10(44), 20-28. (In Persian)
- Mehrnosh, M., Zandi Nasab, M., & Bahrami, M. (2019). Modeling the Relationship between Social Capital, Security, and the Development of Foreign Tourism. *Social Capital Management*, 6(4), 521-542. (In Persian)
- Mirshekaran, Y, Vahidi, E, Hamidi, N, Mardani, S. (2021). Studying the Social Measures of the Police and its Impact on the Management of Social Capital Development among the Citizens of Qazvin, *Journal of Social Order (Entezam-E-Ejtmaei)*, 1(12), 163-184. (In Persian)

- Mohsenin, Sh, Esfidani, M. (2014). Tructural equations based on the partial least squares approach using Smart-PLS software. Tehran: Mehraban Publishing Institute. (*In Persian*)
- Nahapiet, J., and Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23 (2), 242- 260.
- Nasre Esfahani, A, Farokhi, M, Amiri, Z. (2017). The impact of social capital on employee empowerment (case study: shariati hospital nurses), *Journal of Applied Sociology*, 27(2), 111-126. (*In Persian*)
- Pour Mousavi, S., Abbasi Kesbi, D., & Vahedi, H. (2014). Analysis and Evaluation of the Components of Social Capital and its Impact on Social Security. Case Study: Tehran 12 District. *Geographical Planning of Space*, 3(10), 140-158. (*In Persian*)
- Purwati, A., Budiyanto, B., Suhermin, S & Hamzah, M. (2021). The effect of innovation capability on business performance: The role of social capital and entrepreneurial leadership on SMEs in Indonesia. *Accounting*, 7(2), 323-330.
- Putnam, Robert. (1998). *Making Democracy Work*, Princeton University Press.
- Rahbar, A., & Haydari, F. (2011). Impact of Social Capital on Promotion of Policy-making. *Research Letter of International Relations*, 4(14), 219-253. (*In Persian*)
- Ramirez Hernández, O. I., Cruz Jiménez, G., & Serrano Barquín, R. D. C. (2019). Turismo y capital social: vacíos y oportunidades de investigación (Tourism and Social Capital: Research Opportunities and Gaps). *Turismo y sociedad*, 24.
- Shaikh, H. A., Purchase, S., & Brush, G. (2019). Arabic business relationship characteristics: a social capital perspective. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 3, 412-421.
- Sulistyo, Heru; Ayuni, Sri (2021). Competitive advantages of SMEs: The roles of innovation capability, entrepreneurial orientation, and social capital. *Contaduría y Administración* 65 (1) 2020, 1-18.
- Swanson, E., Kim, S., Lee, S. M., Yang, J. J., & Lee, Y. K. (2020). The effect of leader competencies on knowledge sharing and job performance: Social capital theory. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 42, 88-96.
- Yao, M., & Minner, S. (2017). Review of multi-supplier inventory models in supply chain management: An update.
- Yegane Mofrad, M, Ghayour Baghbani, M. Rojui, M. (2019). Analyzing factors affecting knowledge sharing and their roles on supply chain performance through integrating hospitals suppliers in Mashhad. 22(2), 18-27. (*In Persian*)