

تعیین رابطه‌ی فرهنگ‌سازمانی و خلاقیت با نقش میانجی‌گری سرمایه‌ی اجتماعی در کارکنان معاونت توسعه دانشگاه علوم پزشکی

مشهد

مهدی زیرک^۱، سید سعید طباطبایی^۲، فاطمه حسینی دولت‌آبادی^۳

چکیده

زمینه و هدف: اگر فرهنگ‌سازمانی منجر به تحریک خلاقیت سازمانی گردد، برای سازمان اثربخشی و موفقیت را به ارمغان می‌آورد. از این رو هدف اصلی این پژوهش تعیین رابطه‌ی فرهنگ‌سازمانی و خلاقیت کارکنان با توجه به نقش میانجی‌گری سرمایه‌اجتماعی در معاونت توسعه دانشگاه علوم پزشکی مشهد بود.

روش بررسی: پژوهش حاضر از نوع توصیفی-تحلیلی است که بر روی ۱۸۳ نفر از کارکنان معاونت توسعه مدیریت و منابع دانشگاه علوم پزشکی مشهد که به صورت تصادفی انتخاب شده بودند، انجام شد. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه‌های استاندارد فرهنگ‌سازمانی (۵۶ سؤال)، خلاقیت کارکنان (۶۰ سؤال) و سرمایه اجتماعی (۲۸ سؤال) بود. بررسی اطلاعات به دست آمده از پرسش‌نامه‌ها با استفاده از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری و به کمک نرم‌افزار PIs smart نسخه دو انجام پذیرفت.

یافته‌ها: بین فرهنگ‌سازمانی و سرمایه‌اجتماعی با مقدار ۰/۷۵۲ و بین فرهنگ‌سازمانی و خلاقیت کارکنان با مقدار ۰/۴۶۴ همبستگی مستقیم وجود داشت. همچنین سرمایه‌اجتماعی رابطه بین فرهنگ‌سازمانی و خلاقیت کارکنان نقش میانجی‌گری ایفا می‌نمود.

نتیجه‌گیری: سازمان‌ها می‌توانند با توافق بر سر ارزش‌ها و باورهای موجود در سازمان و همسو کردن اهداف فردی و سازمانی به افزایش خلاقیت کارکنان کمک نمایند و برنامه‌ریزان نیز نمی‌توانند اساس و معیار افزایش خلاقیت افراد را، بدون توجه به فرهنگ‌سازمانی پایه‌ریزی نمایند. اگر مدیران نسبت به تقویت سرمایه‌اجتماعی اقدام نمایند، می‌توانند ضمن تقویت فرهنگ‌سازمانی در سازمان‌های خود، بستر مناسبی را در جهت ایجاد هم‌نوایی مشترک ایجاد کنند.

واژه‌های کلیدی: فرهنگ‌سازمانی، خلاقیت، سرمایه‌اجتماعی

دریافت مقاله: اردیبهشت ۱۳۹۷

پذیرش مقاله: شهریور ۱۳۹۷

* نویسنده مسئول:

مهدی زیرک:

دانشگاه آزاد اسلامی واحد تربت حیدریه

Email :
m.zirak@iautorbat.ac.ir

۱ استادیار گروه علوم تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تربت حیدریه، تربت حیدریه، ایران

۲ استادیار، مرکز تحقیقات عوامل اجتماعی مؤثر بر سلامت، دانشگاه علوم پزشکی مشهد، مشهد، ایران

۳ دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، گروه علوم تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تربت حیدریه، تربت حیدریه، ایران

مقدمه

در مطالعات دانش فرهنگ نوین، فرهنگ سازمانی به عنوان یکی از موضوعات مهم حوزه‌ی رفتار سازمانی، به منظور ایجاد یک مزیت رقابتی مورد توجه محققان قرار گرفته است (۱). فرهنگ سازمانی سیستمی از نفوذ ارزش‌ها، اعتقادات و هنجارها در هر سازمان است (۲). به عبارت دیگر فرهنگ سازمانی شامل باورهای مشترک، ارزش‌ها و الگوهای رفتاری است که سازمان را قادر می‌سازد تا در محیط‌های پیچیده و در حال تغییر دوام بیاورد (۳). از سوی دیگر فرهنگ سازمانی محافظه‌کار مانع پیاده‌سازی مدل‌های جدید سازمانی می‌شود، بنابراین لازم است تا به منظور استقرار فرهنگ جدید نسبت به شناسایی فرهنگ جاری سازمان اقدام شود (۴). فرهنگ سازمانی از طریق یکپارچه عمل کردن عوامل گوناگون و تبدیل این عوامل به مجموعه‌ای به هم پیوسته از طریق اعتقادات، ارزش‌ها، فرض‌ها و رفتارهای متأثر از آنها باعث می‌گردد تا سازمان از ویژگی همسانی برخوردار شود. وجود هویت مشترک فرهنگی اعضای سازمان، باورها، ارزش‌ها و هنجارهای رفتاری مشترک بین آنها موجب انسجام و یکپارچگی در کوشش‌های ایشان، تعهد درونی آنها به سازمان و درک روشن از فلسفه وجودی و جهت‌گیری اقدامات آن و در نتیجه موفقیت سازمان‌ها می‌شود. به عبارت دیگر، موفقیت چشمگیر سازمان‌های موفق در عوامل غیرملموس قدرتمند در فرهنگ‌سازمانی آنها، ارزش‌ها و باورهای کارکنان نهفته است (۵). بررسی‌های متعدد تأکید می‌نماید که فرهنگ‌سازمانی یکی از مؤثرترین عوامل پیشرفت سازمان‌هاست؛ به طوری که معتقدند که یکی از دلایل موفقیت ژاپن در صنعت و مدیریت توجه آنها به فرهنگ‌سازمانی است (۶). از سوی دیگر یکی از مباحث مهم و تأثیرگذار در هر سازمانی خلاقیت کارکنان است. خلاقیت، رفتاری است برای پذیرش تغییر و آمادگی کارکنان برای ایفای نقش از طریق استفاده از ایده‌ها و فرصت‌ها (۷). مسأله‌ای که عده‌ای از مدیران در سال‌های اخیر با آن روبه‌رو هستند، چگونگی استفاده از استعدادها و توانایی‌های بالقوه افراد است تا خلاقیت‌های سازمانی را تسریع نمایند. برای نیل به این هدف مدیران و کارکنان سازمان‌ها می‌توانند با آگاهی از میزان خلاقیت و تقویت آن از حداکثر توانمندی‌های فکری، ذهنی و عقلی خود در جهت پویا کردن سازمان بهره گرفته و از طریق ایجاد، پرورش و کاربردی نمودن خلاقیت، روحیه‌ی جسارت علمی، انتقادگری و انتقادپذیری، روحیه‌ی علمی و پژوهش را در تک تک کارکنان سازمان تقویت کنند (۸). خلاقیت به معنای توانایی ترکیب ایده‌ها در روشی

منحصر به فرد یا ایجاد پیوستگی بین آنهاست؛ اما نوآوری، فرایند اخذ ایده‌ی خلاق و تبدیل آن به محصول، خدمات و روش‌های جدید عملیات است. Franken خلاقیت را تمایلی برای تولید و شناخت عقاید، گزینه‌ها یا امکاناتی می‌داند که شاید در حل مسایل و ارتباط با دیگران مفید باشد (۹). سرمایه‌اجتماعی به‌طور عمده مبتنی بر عوامل فرهنگی و اجتماعی است و شناسایی آن به عنوان نوعی سرمایه چه در سطح مدیریت کلان توسعه کشورها و چه در سطح مدیریت سازمان‌ها و بنگاه‌ها می‌تواند شناخت جدی را از سیستم‌های اقتصادی-اجتماعی ایجاد و مدیران را در هدایت بهتر سیستم‌ها یاری کند. سازمان‌ها تا زمانی که برای بقا تلاش می‌کنند و خود را نیازمند حضور در عرصه‌ی ملی و جهانی می‌دانند، باید اصل بهبود مستمر را سرلوحه‌ی فعالیت خود قرار دهند. این اصل، حاصل نمی‌شود، مگر اینکه زمینه‌ی دستیابی به ارتقای سرمایه‌اجتماعی امکان‌پذیر باشد. بنابراین برای رشد و توسعه که پیش نیاز اساسی آن بهبود عملکرد سازمان‌هاست، باید متغیرهای سرمایه‌اجتماعی شناخته شود و به بهترین نحو ممکن مورد بهره‌برداری قرار گیرد (۱۰). وجود سرمایه‌اجتماعی در سازمان‌ها باعث می‌شود که فرهنگ کارگروهی در میان اعضای سازمان رواج پیدا کند و کارکنان به سمت خلاقیت سوق داده شوند. زیرا خلاقیت نیازمند تلاش دسته جمعی همه‌ی افراد و واحدهای درون سازمان است و سرمایه اجتماعی سازمان نیز از طریق تسهیل کنش جمعی به خلق خلاقیت در سازمان ایجاد می‌شود. بنابراین، یکی از عوامل مهم برای ایجاد ارتباطات مؤثر بین افراد و در نتیجه، تقویت خلاقیت و نوآوری در سازمان‌ها، سرمایه اجتماعی است (۹). Anderson در مطالعه‌ی خود نشان داد که بین فرهنگ سازمانی و سبک رهبری با خلاقیت کارکنان رابطه وجود دارد و در این میان همراه با افزایش خلاقیت در سازمان، رضایت‌مندی کارکنان، اثربخشی و بهره‌وری سازمان، افزایش می‌یابد (۱۱). Woodman و همکاران نشان دادند که بین فرهنگ عقلایی، مشارکتی، حمایت‌کننده و ریسک‌پذیر با خلاقیت افراد، رابطه‌ی مثبت و بین فرهنگ سلسله مراتبی و بروکراتیک با خلاقیت افراد، رابطه‌ی منفی وجود دارد (۱۲). Cheng در پژوهشی بیان می‌کند که سرمایه اجتماعی به طور معناداری بر خلاقیت تیم‌ها از طریق ترکیب دانش تأثیر می‌گذارد (۱۳). با عنایت به نقش تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری در ستاد دانشگاه علوم پزشکی مشهد و با توجه به اینکه خلاقیت کارکنان شاغل در ستاد سازمان‌ها می‌تواند در بهینه‌سازی تصمیم‌گیری‌ها نقش بسزایی داشته باشد، مطالعه‌ی حاضر با هدف تعیین رابطه‌ی فرهنگ‌سازمانی و خلاقیت کارکنان با توجه به

اسمیرنف برای بررسی نرمال بودن متغیرها استفاده شد و پیش از ارزیابی مدل ساختاری، معناداری وزن رگرسیون (بار عاملی) سازه‌های مختلف پرسش‌نامه در پیش‌بینی گویه‌های مربوط، با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی تأییدی (CFA) انجام شد. همچنین آزمون روایی همگرا و واگرا مدل اندازه‌گیری به منظور سنجش اعتبار ابزار اندازه‌گیری انجام شد. در این بخش مدل برازش یافته، بار عاملی تمامی متغیرها در پیش‌بینی گویه‌ها در سطح اطمینان ۰/۹۵ دارای تفاوت معنادار با صفر بود. در روایی همگرا با توجه به اینکه مقدار واریانس استخراج شده برای هر مؤلفه باید بیش از ۰/۵ باشد، اعتبار ابزار اندازه‌گیری، قابل پذیرش بود و روایی واگرا که با توجه به یافته‌ها میزان همبستگی بین ابعاد متغیرهای تحقیق را نشان می‌دهد، میزان همبستگی بین هر دو مورد از آن‌ها به صورت دو به دو، کمتر از عدد ۰/۹ بود و بر اساس آن عدم همپوشانی بین ابعاد متغیرهای تحقیق در قالب اعتبار افتراقی نیز تأیید گردید که در نتیجه‌ی آن اعتبار سازه مدل تأیید شد. پس از بررسی مدل اندازه‌گیری، به بررسی مدل ساختاری پرداخته شد. از مدل سازی معادلات ساختاری، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون سلسله مراتبی در نرم‌افزار Pls smart بهره‌گیری شد.

یافته‌ها

در این پژوهش تعداد ۱۸۳ نفر از کارکنان مورد مطالعه قرار گرفتند که در زیر اطلاعات زمینه‌ای آن‌ها آورده شده است (جدول ۱).

مدول ۱: توزیع فراوانی ویژگی‌های دموگرافیک کارکنان مورد بررسی

وضعیت	تعداد	درصد	وضعیت	تعداد	درصد		
جنسیت	مرد	۶۸	۳۸/۲	دوره تحصیلی	دیپلم	۹	۴/۹
	زن	۱۱۵	۶۲/۸		فوق دیپلم	۱۰	۵/۵
	جمع کل	۱۸۳	۱۰۰		لیسانس	۷۹	۴۳/۲
وضعیت خدمت	۴۰ تا ۵۰ سال	۵۸	۳۱/۷	فوق لیسانس	۷۱	۳۸/۸	
	کمتر از ۵ سال	۳۳	۱۸	دکتری	۱۴	۷/۶	
	۵ تا ۱۰ سال	۳۵	۱۹/۱	جمع کل	۱۸۳	۱۰۰	
	۱۰ تا ۱۵ سال	۵۰	۲۷/۳				
	۱۵ تا ۲۰ سال	۳۴	۱۸/۶				
۲۰ سال به بالا	۳۱	۱۷					
جمع کل	۱۸۳	۱۰۰					

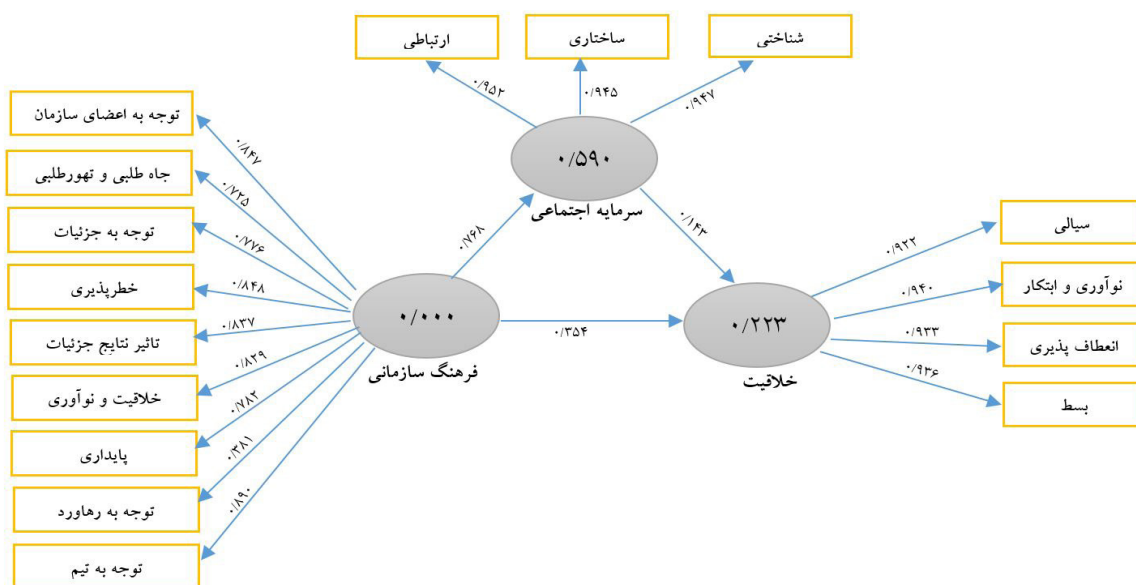
نقش میانجی‌گری سرمایه اجتماعی در معاونت توسعه‌ی دانشگاه علوم پزشکی مشهد انجام شد.

روش بررسی

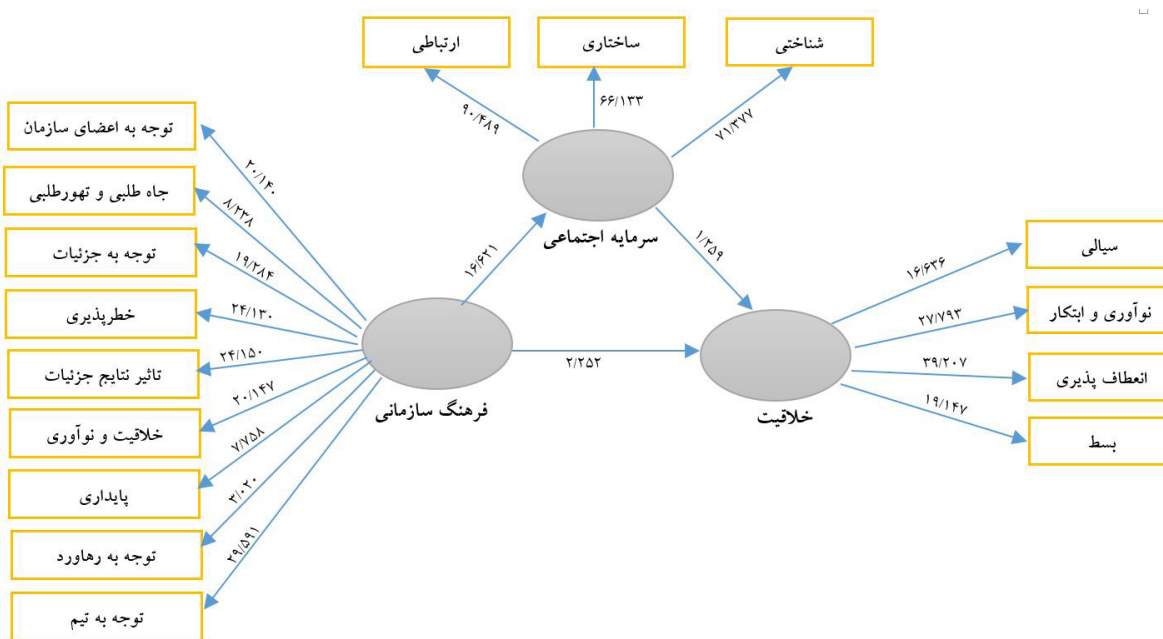
این مطالعه از نوع توصیفی-تحلیلی بود که به صورت مقطعی از مهر تا بهمن سال ۱۳۹۶ انجام شد. جامعه‌ی پژوهش شامل کلیه کارکنان معاونت توسعه‌ی دانشگاه علوم پزشکی مشهد بود که ۱۸۳ نفر بر اساس فرمول کوکران به عنوان نمونه انتخاب شدند. روش نمونه‌گیری در این تحقیق تصادفی ساده بود. ابزار گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه‌ای متشکل از چهار بخش بود شامل: الف) مشخصات دموگرافیک شامل: جنسیت، سن، وضعیت خدمت، میزان تحصیلات ب) پرسشنامه استاندارد فرهنگ سازمانی رایینز با ۵۶ سؤال که در برگیرنده‌ی مؤلفه‌های خلاقیت و نوآوری (۹ سؤال)، خطر پذیری (۷ سؤال)، توجه به جزئیات (۴ سؤال)، توجه به رهاورد (۴ سؤال)، توجه به اعضای سازمان (۶ سؤال)، تأثیر نتایج تصمیمات (۵ سؤال)، توجه به تیم (۱۱ سؤال)، جاه‌طلبی و تهورطلبی (۶ سؤال) و پایداری (۴ سؤال) (۱۴). ج) پرسش‌نامه‌ی استاندارد خلاقیت عابدی با ۶۰ سؤال در برگیرنده‌ی مؤلفه‌های سیالی (۱۶ سؤال)، ابتکار (۲۲ سؤال)، انعطاف‌پذیری (۱۱ سؤال) و بسط (۱۱ سؤال) (۱۵). د) پرسش‌نامه استاندارد سرمایه اجتماعی Napahit شامل ۲۸ سؤال در سه بعد ساختاری (۱۰ سؤال)، شناختی (۷ سؤال) و ارتباطی (۱۱ سؤال) (۱۶). پایایی پرسش‌نامه‌ها با محاسبه آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۷۱۵، ۰/۸۵۱ و ۰/۸۴۴ به دست آمد. در بخش آمار استنباطی از آزمون کولموگروف-

یکی از مراحل در انجام مدل‌سازی با استفاده از معادلات ساختاری بهره‌گیری از تحلیل مسیر، ضریب مسیر، ضریب تعیین و شاخص برازندگی مدل می‌باشد. ضریب تعیین، مهمترین معیاری است که با آن می‌توان رابطه‌ی بین یک یا چند متغیر مستقل و متغیر وابسته را توضیح داد. این ضریب بیان‌کننده‌ی درصد تغییرات متغیر وابسته به وسیله متغیرهای مستقل می‌باشد. در این مطالعه، فرهنگ‌سازمانی، متغیر مستقل؛ خلاقیت، متغیر وابسته؛ و سرمایه اجتماعی، متغیر میانجی بودند.

یافته‌ها حاکی از آن بود که ۳۸/۲ درصد از پاسخ دهندگان را زنان ۶۲/۸ درصد را مردان تشکیل داده‌اند. افراد ۵۱ سال به بالا ۱۱ نفر (۱/۶ درصد) کم‌ترین و افراد ۳۰ تا ۴۰ سال، با ۸۵ نفر (۴/۴ درصد) بیشترین گروه سنی جمعیت مورد مطالعه را تشکیل می‌دادند. از نظر وضعیت تحصیلی ۷۹ نفر (۲/۴۳ درصد) لیسانس و ۹ نفر (۴/۹ درصد) دیپلم به ترتیب بیش‌ترین و کم‌ترین گروه مربوط به مدرک تحصیلی را به‌خود اختصاص دادند. بیشتر کارکنان (۵۰ نفر، ۳/۲۷ درصد) در گروه سابقه کاری ۱۰ تا ۱۵ سال و کم‌ترین آن‌ها (۳۱ نفر، ۱۷ درصد) در گروه سابقه کاری ۲۰ سال به بالا قرار داشتند.



شکل ۱: مدل معادله‌ی سافتاری اثر متغیرهای فرهنگ‌سازمانی و سرمایه‌ی اجتماعی بر متغیر فلاقیت



شکل ۲: اثرات غیرمستقیم متغیرهای فرهنگ‌سازمانی و سرمایه‌ی اجتماعی بر متغیر فلاقیت

معادلات ساختاری یافتن مقدار آماره تی است، مقدار آماره تی در واقع ملاک اصلی تأیید یا رد روابط بین متغیرهاست. چون معناداری در سطح خطای ۰/۰۰۰ بررسی شده است بنابراین مقدار آزمون تی بین متغیرها نشان‌دهنده‌ی معناداری روابط بین آن‌ها می‌باشد. در جدول ۲ به بررسی روابط بین متغیرها در سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ پرداخته شده است.

با توجه به شکل مدل ساختاری برآزش شده تحقیق شکل ۱ و ۲، ضریب تعیین مدل اول، برابر با ۰/۲۲۳ بود که بیانگر این نکته است که ۲۲ درصد تغییرات متغیر وابسته‌ی بهبود خلاقیت کارکنان، توسط متغیر مستقل فرهنگ‌سازمانی تبیین می‌شود و درصدهای باقیمانده سایر عواملی هستند که در مدل در نظر گرفته نشده بودند. زمانی که همبستگی متغیرها (بار عاملی) شناسایی گردید باید آزمون معناداری (آزمون تی) صورت گیرد. مرحله بعدی در مدل‌سازی

جدول ۲: ارتباط بین متغیرهای فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی و خلاقیت

نتیجه	ضریب همبستگی	عدد معناداری	ضریب مسیر	مسیر مستقیم
تأیید	۰/۷۵۲	۱۶/۲۴۶	۰/۷۷۱	فرهنگ‌سازمانی ← سرمایه‌اجتماعی
تأیید	۰/۴۶۴	۴/۶۸۲	۰/۴۷۷	فرهنگ‌سازمانی ← خلاقیت کارکنان
تأیید	۰/۴۰۴	۴/۸۳۱	۰/۴۱۵	سرمایه‌اجتماعی ← خلاقیت کارکنان
تأیید	---	۲/۵۲	۰/۳۵۴	فرهنگ‌سازمانی ← سرمایه‌اجتماعی ← خلاقیت
تأیید	۰/۷۱۹	۱۵/۲۰۹	۰/۷۴۰	فرهنگ‌سازمانی ← بعد ساختاری سرمایه‌اجتماعی
تأیید	۰/۶۶۶	۱۱/۴۰۱	۰/۶۸۸	فرهنگ‌سازمانی ← بعد شناختی سرمایه‌اجتماعی
تأیید	۰/۷۵۵	۱۶/۱۷۵	۰/۷۷۳	فرهنگ‌سازمانی ← بعد ارتباطی سرمایه‌اجتماعی
تأیید	۰/۴۲۵	۴/۲۶۵	۰/۴۴۳	فرهنگ‌سازمانی ← بعد سیالی خلاقیت
تأیید	۰/۴۰۶	۳/۲۴۱	۰/۴۳۵	فرهنگ‌سازمانی ← بعد ابتکار خلاقیت
تأیید	۰/۵۲۵	۷/۹۹۶	۰/۵۴۸	فرهنگ‌سازمانی ← بعد انعطاف‌پذیری خلاقیت
تأیید	۰/۳۸۰	۲/۶۵۴	۰/۴۱۰	فرهنگ‌سازمانی ← بعد بسط خلاقیت
تأیید	۰/۳۶۱	۳/۴۷۱	۰/۳۸۲	سرمایه‌اجتماعی ← بعد سیالی خلاقیت
تأیید	۰/۳۵۲	۴/۰۱۰	۰/۳۸۲	سرمایه‌اجتماعی ← بعد ابتکار خلاقیت
تأیید	۰/۴۷۳	۱۰/۴۱۱	۰/۵۴۰	سرمایه‌اجتماعی ← بعد انعطاف‌پذیری خلاقیت
تأیید	۰/۳۲۷	۲/۶۵۴	۰/۳۴۷	سرمایه‌اجتماعی ← بعد بسط خلاقیت

بحث

نتایج پژوهش نشان داد، بین فرهنگ سازمانی و خلاقیت کارکنان رابطه‌ی معناداری وجود دارد. یزدی مهاجر در تحقیقی به بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و خلاقیت کارکنان در شعبات بانک ملی خراسان شمالی پرداخته و به وجود رابطه‌ی مثبت و معنادار فرهنگ سازمانی و خلاقیت رسیده است (۱۷). این نتیجه با نتایج تحقیق پیران و همکاران با عنوان "بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت کارکنان در صنایع ریخته‌گری ایران در بین کارکنان شاغل در شهر صنعتی کاوه"، که نشان داد سرمایه اجتماعی بر خلاقیت کارکنان تأثیر مثبت و معناداری دارد (۱۸)، و همچنین با نتایج تحقیق مؤذن جمشیدی و حق‌پرست

همان‌طور که ملاحظه می‌شود روابط بین همه‌ی متغیرها با توجه به عدد معناداری حاصل تأیید شده است. برای بررسی اثرات غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر متغیرهای وابسته باید ابتدا متغیر مستقل با متغیر وابسته رابطه معناداری داشته باشد و دیگر اینکه باید رابطه‌ی متغیر مستقل و میانجی، و متغیر میانجی و وابسته تأیید شود. همچنین با ورود متغیر میانجی به معادلات رگرسیونی رابطه‌ی بین متغیر مستقل و وابسته غیرمعنادار شود و حداقل ۰/۱۰ کاهش یابد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود ورود متغیر میانجی سرمایه‌اجتماعی، بتای استاندارد بین فرهنگ سازمانی (متغیر مستقل) و خلاقیت کارکنان (متغیر وابسته) را از ۰/۴۷۷ به ۰/۳۵۴ کاهش داده است. بنابراین نقش سرمایه اجتماعی میانجی‌گر بود.

نتیجه دست یافتند که سرمایه اجتماعی (درونی و بیرونی) بین رهبری تحول‌گرا و نوآوری سازمانی میانجی‌گری می‌کند (۲۵). این نتیجه با نتایج مقاله‌ی حاضر همسو و در یک راستا می‌باشد. Spence Laschinger و همکاران، Gu و همکاران نیز تحقیقاتی با نتایج مشابه تحقیق فوق انجام دادند (۲۶ و ۲۷).

عدم کنترل برخی عوامل مؤثر بر فرهنگ سازمانی و خلاقیت از مهم‌ترین محدودیت‌های این مطالعه به شمار می‌آید. از دیگر محدودیت‌های این مطالعه محدود بودن جامعه‌ی آماری به کارکنان ستادی دانشگاه بود. استفاده از ابزار پرسش‌نامه، مقطعی بودن و انجام پژوهش در یک منطقه‌ی جغرافیایی از دیگر محدودیت‌های این مطالعه است که می‌تواند بر تعمیم‌پذیری آن تأثیرگذار باشد.

نتیجه‌گیری

با توجه به نتایج پژوهش حاضر هر چه میزان فرهنگ سازمانی در معاونت توسعه دانشگاه علوم پزشکی مشهد افزایش یابد بر میزان خلاقیت کارکنان این بخش افزوده می‌شود. بنابراین ضروری است که سلسله اقداماتی به منظور بهبود ابعاد فرهنگ سازمانی از جمله همسوسازی اهداف سازمان با خواسته‌های کارکنان، تقویت کارگروهي، شفاف‌سازی در سازمان، اجرا و توسعه‌ی نظام پیشنهادها و تشویق و پشتیبانی از ایده‌های ارزشمند، تشویق کارکنان به مشارکت در تصمیم‌گیری، برقراری ارتباطات مناسب تر با کارکنان، توسعه و غنی‌سازی شغل، تفویض اختیار بیشتر امور به کارکنان، صورت گیرد تا بتوان خلاقیت کارکنان را بهبود بخشید. مطالعات مختلفی نشان داده‌اند که سرمایه اجتماعی و فرهنگ سازمانی نقش غیرقابل انکاری در موفقیت سازمان و افزایش کارایی آن دارند. با توجه به نتایج به دست آمده به نظر می‌رسد اگر مدیران نسبت به تقویت سرمایه اجتماعی اقدام نمایند، می‌توانند ضمن تقویت فرهنگ سازمانی در سازمان‌های خود، زمینه‌ی مناسبی را در جهت ایجاد هم‌نوایی مشترک ایجاد کنند که خود این عامل می‌تواند بر افزایش بهره‌وری و کارایی کارکنان تأثیر مثبت داشته باشد.

تشکر و قدردانی

از کلیه بزرگوارانی که در انجام این پژوهش ما را یاری رساندند، از جمله معاونت محترم پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی مشهد، مدیران، مسئولان و کارکنان معاونت توسعه دانشگاه علوم پزشکی مشهد تشکر و قدردانی می‌شود.

کنارسری با عنوان "سنجش میزان تأثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت کارکنان" در یک سو می‌باشد (۹). Eskiler و همکاران در تحقیق خود که تأثیر فرهنگ سازمانی بر خلاقیت و نوآوری سازمانی را می‌سنجیدند به این نتیجه رسیدند که فرهنگ سازمانی تأثیر قابل توجهی بر خلاقیت و نوآوری در سازمان دارد (۱۹).

همین‌طور Naranjo-Valencia و همکاران در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که فرهنگ تشویق رفتارهای نوآورانه کارکنان سبب نوآوری می‌شود (۲۰). به نظر می‌رسد که توجه مدیران در زمینه‌ی بهبود فرهنگ سازمانی می‌تواند زمینه‌ساز بروز و توسعه‌ی خلاقیت و نوآوری در بین کارکنان گردد.

بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر بین فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی رابطه‌ی معناداری وجود داشت. بنابراین هر گونه افزایش یا کاهش در سرمایه اجتماعی منجر به افزایش یا کاهش در فرهنگ سازمانی می‌شود. نتایج پژوهش غفوری و یآوری در بین استادان دانشگاه علوم و فنون هوایی شهید ستاری نشان داد که بین فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی رابطه وجود دارد (۲۱). این نتیجه با نتایج پژوهش Song-zheng و Xiao-di مبنی بر اینکه سرمایه اجتماعی بر فرهنگ سازمانی تأثیر مثبتی دارد در یک راستا بوده است (۲۲). همچنین Pors در تحقیق خود به این نتیجه رسیده است که مفهوم سرمایه اجتماعی ارتباط نزدیکی با ویژگی‌های فرهنگی یک منطقه دارد؛ هر چند نتایج تحقیق وی ارتباط نزدیکی با نتایج این مقاله ندارد اما نشان‌دهنده‌ی ارتباط بین سرمایه اجتماعی و فرهنگ می‌باشد (۲۳).

همچنین با توجه به تأیید نقش میانجی سرمایه اجتماعی در رابطه‌ی بین فرهنگ سازمانی و خلاقیت کارکنان، می‌توان گفت که علاوه بر این که فرهنگ سازمانی می‌تواند به‌طور مستقیم موجبات خلاقیت کارکنان را فراهم نماید، به‌طور غیرمستقیم نیز از طریق سرمایه اجتماعی می‌تواند زمینه‌ساز خلاقیت کارکنان باشد. سرمایه اجتماعی مفهومی زیربنایی در درک نوآوری و یادگیری گروهی و مانند این‌ها را تحت تأثیر قرار داده است و از سوی دیگر تحقق آن‌ها را تسهیل می‌کند. ساجدی قوچانی و اسماعیلی شاد در تحقیق خود نشان دادند که سرمایه اجتماعی نقش میانجی در رابطه بین سرمایه روان‌شناختی و جامعه‌پذیری سازمانی دارد، هر چند نتایج این تحقیق ارتباط نزدیکی با نتایج این مقاله ندارد اما نشان‌دهنده‌ی نقش میانجی سرمایه اجتماعی می‌باشد (۲۴). همچنین Chen و همکاران در تحقیق خود با عنوان "رهبری تحول‌گرا، سرمایه اجتماعی و نوآوری سازمانی" به این

1. Patil SK & Kant R. Organizational culture a HR strategy for successful knowledge management. *Strategic HR Review* 2009; 11(6): 322-8.
2. Ismail S, Romle AR & Azmar NA. The impact organizational culture on job satisfaction in higher education institution. *International Journal of Administration and Governance* 2015; 1(4): 14-9.
3. Curry LA, Brault MA, Linnander EL, McNatt Z, Brewster AL, Cherlin E, et al. Influencing organizational culture to improve hospital performance in care of patients with acute myocardial infarction: A mixed-methods intervention study. *BMJ Quality & Safety* 2018; 27(3): 207-17.
4. Johansson C, Astrom S, Kauffeldt A, Helldin L & Carlstrom E. Culture as a predictor of resistance to change: A study of competing values in a psychiatric nursing context. *Health Policy* 2014; 114(2-3): 156-62.
5. Tabeli H, Eskandari GH & Ansarimanesh M. The relationship between organizational culture and transformational leadership in the administration of prisons in Iran. *Journal Management System* 2017; 8(30): 195-218[Article in Persian].
6. Daft RL. *Organization Theory and Design*. 10th ed. Mason, Ohio: South-Western Cengage Learning; 2010: 1-55.
7. Abd-Elrhaman ESA & Ghoneimy AGH. Creativity in work: An educational program for improving nurses' productivity. *International Journal of Innovative Research and Development* 2018; 7(9): 71-83.
8. Emami H & Nazem F. The relationship between employee creativity and organizational maturity with intellectual capital Vocational School Girls Doctor Shariati Tehran. *Journal of Modern Thoughts in Education* 2017; 12(3): 83-95[Article in Persian].
9. Moazene Jamshidi MH & Haghparast Kenarsari N. Evaluating the impact of social capital on employees' creativity (case study: Electrical and electronic household appliances manufacturing companies in Iran). *Journal of Social Capital Management* 2015; 2(1): 49-74[Article in Persian].
10. Ahmadi AA & Feyzabadi H. Investigating social capital and effect of that on the organization improvement (case study: Staff organizations of Tehran municipality). *Quarterly Journal Public Administration* 2011; 3(6): 35-54[Article in Persian].
11. Anderson N, Potocnik K, & Zhou J. Innovation and creativity in organizations: A state-of-the-science review, prospective commentary, and guiding framework. *Journal of Management* 2014; 40(5): 1297-333.
12. Woodman RW, Sawyer JE & Griffin RW. Toward a theory of organizational creativity. *The Academy of Management Review* 1993; 18(2): 293-321.
13. Cheng HH. The effect of social capital on creativity in information systems development projects: The mediating effect of knowledge integration. *World Academy of Science, Engineering and Technology* 2012; 64(4): 788-93.
14. Parsaeian A & Arabi SM. *Organizational behavior management*. Tehran: Business Survey and Study Institute; 2003: 293-340[Book in Persian].
15. Abedi J. A latent-variable modeling approach to assessing reliability and validity of a creativity instrument. *Creativity Research Journal* 2002; 14(2): 267-76.
16. Nahapiet J & Ghoshal S. Social capital, intellectual capital, and organizational advantage. *The Academy of Management Review* 1998; 23 (2): 242-66.
17. Yazdi Mohajer H. The study of the relationship between the organizational culture and The employees creativity in North Khorasan Melli banks. *Scientific Journal of Education Research* 2007; 3(10): 189-209[Article in Persian].
18. Piran M, Aghajani T, Shoghi B, Rezazade A & Dehghan Najmabadi A. The effect of social capital on employee's creativity in the foundry industry of Iran (the case of Kaveh industrial estate employees). *Journal of Innovation and Creativity in Human Science* 2012; 2(1): 163-82[Article in Persian].
19. Eskiler E, Geri S, Sertbas K & Calik F. The effects of organizational culture on organizational creativity and innovativeness in the sports businesses. *Journal The Anthropologist* 2016; 23(3): 590-7.



20. Naranjo-Valencia JC, Jimenez-Jimenez D & Sanz-Valle R. Organizational culture and radical innovation: Does innovative behavior mediate this relationship? *Creativity and Innovation Management* 2017; 26(4): 407-17.
21. Ghafoori D & Yavari A. The study of the impact of organizational culture on the professors' social capital in Shahid Sattari air university. *Journal of Military Science and Tactics* 2017; 11(33): 85-108[Article in Persian].
22. Song-zheng Z & Xiao-di Z. An empirical study on organizational culture, social capital, organizational learning and enterprise knowledge integration capability, Taiwan: International Conference on Information Management, Innovation Management and Industrial Engineering, 2008.
23. Pors NO. Globalisation, culture and social capital: Library professionals on the move. *Library Management* 2007; 28(4/5): 181-90.
24. Sajedi Quchani R & Esmaeili Shad Behrang. Intermediary role of social capital in relation of psychological capital with organizational socialization of employees of Islamic Azad university, Quchan branch. *Motaleate Farhangi-Ejtemaie Khorasan* 2017; 11(3): 7-22[Article in Persian].
25. Chen L, Zheng W, Yang B & Bai S. Transformational leadership, social capital and organizational innovation. *Leadership & Organization Development Journal* 2016; 37(7): 843-59.
26. Spence Laschinger HK, Read E, Wilk P & Finegan J. The influence of nursing unit empowerment and social capital on unit effectiveness and nurse perceptions of patient care quality. *Journal of Nursing Administration* 2014; 44(6): 347-52.
27. Gu J, Zhang Y & Liu H. Importance of social capital to student creativity within higher education in China. *Thinking Skills and Creativity* 2014; 12(1): 14-25.

Association of Organizational Culture with Creativity of Employees Regarding the Intermediation of Social Capital

Mahdi Zirak¹ (Ph.D.) - Seyed Saeed Tabatabaee² (Ph.D.) - Fatemeh Hoseini Dolatabadi³ (M.S.)

1 Assistant Professor, Educational Sciences Department, Islamic Azad University, Torbat-e Heydarieh Branch, Torbat-e Heydarieh, Iran

2 Assistant Professor, Social Determinants of Health Research Center, Mashhad University of Medical Sciences, Mashhad, Iran

3 Ph.D. Candidat in Educational Management, Islamic Azad University, Torbat-e Heydarieh Branch, Torbat-e Heydarieh, Iran

Abstract

Received: Apr 2018

Accepted: Aug 2018

Background and Aim: If organizational culture leads to stimulating organizational creativity, it will bring effectiveness and success to the organization. Therefore, the aim of this study was to determine the relationship between organizational culture and creativity of employees, taking into account the role of mediation of social capital in the development deputy of Mashhad university of medical sciences.

Materials and Methods: This descriptive - analytical study was conducted in 183 employees of management development and resources department of Mashhad university of medical sciences that were randomly selected. The data collection tool was a standard organizational culture questionnaire (56 questions), employee creativity (60 questions), and social capital (28 questions). Data were analyzed using Structural Equation Modeling Method and with the help of the software Pls smart version two.

Results: There was a direct correlation between organizational culture and social capital ($r=0.752$) and between organizational culture and creativity of staff ($r=0.464$). Also, the social capital of the relationship between organizational culture and creativity of staff played the role of mediation.

Conclusion: Organizations can help to increase creativity by agreeing on the values and beliefs in the organization and aligning individual and organizational goals, and planners cannot plan the criteria for increasing creativity of individuals regardless of organizational culture. If managers act to strengthen social capital, they can strengthen organizational culture in their organizations and create a suitable platform for creating a commonality.

Keywords: Organizational Culture, Creativity, Social Capital

* Corresponding Author:

Zirak M

Email:

m.zirak@iautorbat.ac.ir