



بررسی تأثیر شاخص سرمایه انسانی بر افزایش نوآوری (مطالعه موردی: ستاد مرکزی بانک ملت)

لیلا پنادگو^{*۱}

عبداله کولوبندی^۲

چکیده

یکی از عواملی که می‌تواند بر نوآوری سازمان تأثیرگذار باشد، سرمایه انسانی سازمان و شاخص‌های آن است. این مقاله با هدف تعیین تأثیر شاخص‌های سرمایه انسانی بر افزایش نوآوری در ستاد مرکزی «بانک ملت» مورد بررسی و سنجش قرار گرفت. در این پژوهش شاخص‌های سرمایه انسانی به‌عنوان متغیر مستقل و نوآوری در سازمان به‌عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شدند. روش پژوهش از نوع توصیفی پیمایشی است. تحلیل و بررسی داده‌ها با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی و فرآیند تجزیه و تحلیل ساختارهای کواریانس (مدل‌سازی معادلات ساختاری) و نرم‌افزار SPSS و LISREL صورت گرفت. نتایج نشان می‌دهد که سرمایه انسانی تأثیر مثبت و معناداری بر نوآوری در ستاد مرکزی «بانک ملت» دارد.

واژگان کلیدی: سرمایه انسانی، سرمایه عقلانی، سرمایه اجتماعی، سرمایه هیجانی، نوآوری.

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۱/۱۰/۱۳، تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۱/۱۲/۲۲

۱. کارشناس ارزی بانک ملت.

E-mail: Leila_panadgoo@yahoo.com

۲. عضو هیئت‌علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی - دانشکده مدیریت

۱. مقدمه

نوآوری، فرآورده جدید یا محصول خلاق است که توسط یک سازمان ارائه می‌شود. خلاقیت و نوآوری چنان به هم درآمیخته‌اند که ارائه تعریف مستقلی از هر یک دشوار است. خلاقیت، پیدایی و تولید یک اندیشه و فکر نو است؛ درحالی‌که نوآوری عملی‌ساختن آن اندیشه و فکر است. سرمایه انسانی عبارت است از: تغییر و تحولات مثبتی که با سرمایه‌گذاری در انسان به وجود می‌آید و باعث افزایش رفاه بشر و ارتقای ظرفیت تولیدی افراد جامعه می‌شود. منابع یا سرمایه انسانی به آنچه در اختیار افراد است، دلالت می‌کند؛ البته موارد بسیاری در اختیار افراد است که ربطی به سرمایه انسانی ندارد. نخستین عنصر سرمایه انسانی، سرمایه عقلانی است. برای سازمان‌ها سرمایه عقلانی یک عامل رقابتی، به‌خصوص در صنایع خدماتی محسوب می‌شود که شامل دانش و مهارت و تخصص است. سرمایه اجتماعی، دومین عنصر سرمایه انسانی، به شبکه ارتباطات، چگونگی و کیفیت آن و اجتماعی‌بودن و امین‌بودن بازمی‌گردد. برای موفقیت شغلی علاوه بر تخصص به سرمایه هیجانی نیز نیاز است که عنصر سوم از سرمایه انسانی بوده و نشأت‌گرفته از رفتارهای بنیادی افراد یعنی خودآگاهی، اعتمادبه‌نفس و غیره است و شامل خودآگاهی، انگیزه توفیق طلبی، صداقت و شجاعت و انعطاف‌پذیری در کار است.

بیان مسئله: پژوهش‌ها نشان می‌دهند، سازمان‌هایی که تأکید بیشتری بر سرمایه‌های فکری دارند نسبت به سایر سازمان‌ها نوآورتر هستند؛ زیرا در چنین سازمان‌هایی به علت وجود سرمایه‌های فکری و استفاده از دانش، یادگیری نیز بیشتر است که به‌نوبه خود ارائه راهکارهای جدید برای انجام امور و به‌طورکلی نوآوری را در پی خواهد داشت.

سازمان‌های امروزی برای آنکه بتوانند در ساختار جدید رقابت میان سازمان‌ها که فضای کاملاً رقابتی و دانش‌محور است، به حیات خود ادامه دهند باید به نوآوری به‌عنوان یک راهبرد ضروری در عصر کنونی نگاه کنند و ضمن شناخت تغییر و تحولات محیطی، برای رویارویی با آن‌ها، شاخص‌های سازمانی تأثیرگذار بر نوآوری سازمانی را شناسایی کنند و به این تغییرات مناسب‌ترین پاسخ‌ها را بدهند. مسئله مهم این است که چه اقداماتی باید برای توسعه و بهبود نوآوری در سازمان انجام دهند؛ زیرا در دهه‌های اخیر و با حاکم‌شدن فرهنگ رقابت در فضای اقتصادی، سیاسی و اجتماعی و سازمانی، نوآوری به‌عنوان راه‌حلی موفق، بخش جدایی‌ناپذیر بستر حرکت جامعه و در سطوح خردتر محیط‌های سازمانی شده است؛ از این رو شرکت‌ها و سازمان‌هایی که خواهان ایجاد و یا حفظ مزیت رقابتی هستند، مجبور به انعطاف‌پذیری و پذیرش تغییرات هستند. حال سؤال این است که چه رابطه‌ای بین سرمایه انسانی و مؤلفه‌های آن با نوآوری در سازمان وجود دارد؟ کدام یک از مؤلفه‌های سرمایه انسانی رابطه بیشتری با نوآوری دارد و کدام کمتر؟

برای پاسخ به این سؤال‌ها و با توجه به اهمیت موضوع، هدف این مطالعه بررسی اثر شاخص‌های سرمایه انسانی بر افزایش نوآوری در «بانک ملت» است.

۲. پیشینه پژوهش در داخل و خارج از ایران

کمپجانی و همکاران (۱۳۹۱)، تحلیلی راهبردی بر اثر سرمایه انسانی در رشد بهره‌وری نیروی کار انجام دادند.

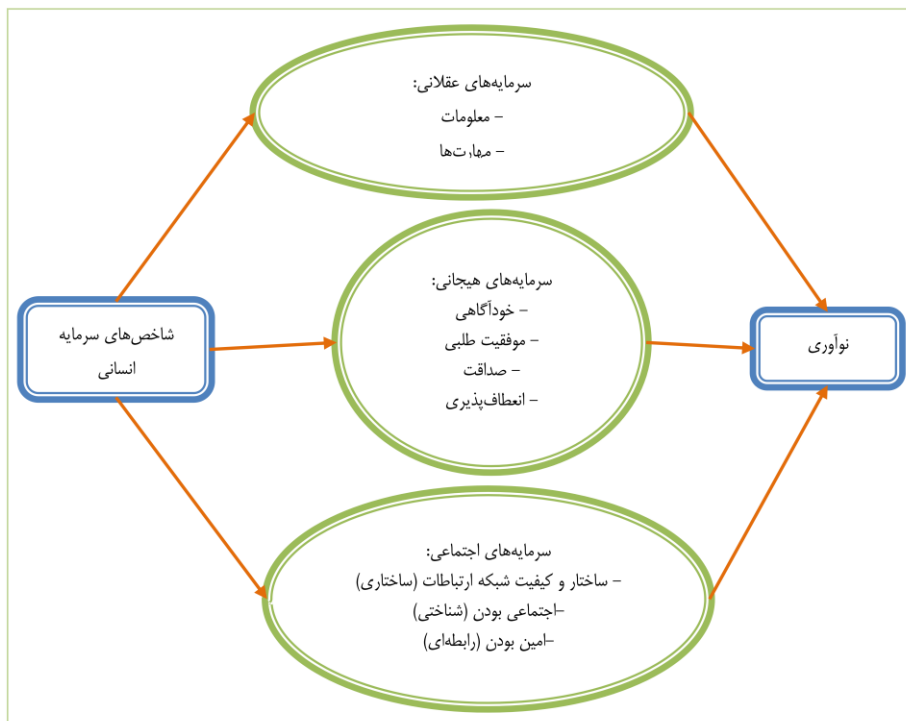
سایمون (۲۰۱۲)، سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی و کیفیت خدمات تولیدی را در نیجریه مورد بررسی قرار داد. این مطالعه با استفاده از داده‌های ثانویه رابطه بین سرمایه انسانی و کیفیت خدمات تولیدی را بین سال‌های ۱۹۷۸-۲۰۰۸ در نیجریه بررسی کرد. نتایج مطالعه نشان داد که هزینه‌کردن دولت بر روی سرمایه انسانی و بر شاخص آموزش رابطه طولانی‌مدت با کیفیت خدمات تولیدی صنعتی دارد.

گیرمان و همکاران (۲۰۱۳)، رابطه بین سرمایه انسانی، کیفیت تولید و رشد اقتصادی را در ۳۱ کشور آفریقایی برای دوره ۱۹۷۵ تا ۲۰۰۸ بررسی کردند. نتایج نشان داد که رشد در سرمایه فیزیکی مسئول ۶۷ درصد تولید ناخالص داخلی است؛ درحالی‌که سرمایه انسانی تنها مسئول ۲۲ درصد رشد تولید ناخالص داخلی بوده است؛ همچنین در مورد کیفیت تولید، ۴۶ درصد آن با افزایش سرمایه انسانی ارتقا پیدا می‌کند.

مبانی نظری. فراورده خلاق می‌تواند نرم‌افزاری مانند انواع خدمات (خدمات آموزشی، خدمات بهداشتی درمانی، خدمات اداری و غیره) و سخت‌افزاری مانند کالاها (مثل محصولات صنعتی، محصولات دارویی، محصولات غذایی و غیره) باشد. تغییر و تحول در سازمان‌های امروزی به‌قدری سریع، چندجانبه، پیچیده و فراگیر است که سازمان‌ها بدون پیش‌بینی، همگامی و تطابق با آن قادر به ادامه حیات نیستند و توسعه و پیشرفت آن‌ها بدون واکنش متناسب و پاسخ آگاهانه به شرایط محیطی متحول و پویا ممکن نخواهد بود. همه سازمان‌ها برای بقا نیازمند اندیشه‌های نو و نظرهای بدیع و تازه هستند. خلاقیت و نوآوری چنان به هم درآمیخته‌اند که ارائه تعریف مستقلی از هر یک دشوار است. خلاقیت، پیدایی و تولید یک اندیشه و فکر نو است؛ درحالی‌که نوآوری عملی‌ساختن آن اندیشه و فکر است. سرمایه‌ی انسانی، دید اقتصادی جامع‌ای از انسان فعال در اقتصاد است؛ درحالی‌که تلاشی برای کسب پیچیدگی زیستی، اجتماعی، روانشناسی و فرهنگی است؛ به‌طوری‌که در اثرهای متقابل اقتصادی یا صریح با هم تقابل دارند. سرمایه انسانی شامل ترکیبی از سرمایه‌های عقلانی، اجتماعی و هیجانی توصیف شده است. سرمایه‌های عقلانی شامل معلومات، مهارت‌ها و تخصص است.

سرمایه اجتماعی دربرگیرنده ساختار و کیفیت شبکه ارتباطات و سرمایه هیجانی شامل شجاعت و انعطاف‌پذیری لازم برای کار و دربرگیرنده صفات خودآگاهی، موفقیت‌طلبی، صداقت و انعطاف‌پذیری است

در پژوهش حاضر از مدل شکل ۱، استفاده می‌شود. در اینجا سرمایه انسانی شامل ترکیبی از سرمایه‌های عقلانی، اجتماعی و هیجانی توصیف کرده است.



شکل ۱: مدل پژوهش

فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اصلی: بین شاخص‌های سرمایه انسانی و افزایش نوآوری در ستاد مرکزی «بانک ملت» رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی

۱. بین سرمایه عقلانی و افزایش نوآوری در ستاد مرکزی «بانک ملت» رابطه معناداری وجود دارد.
۲. بین سرمایه هیجانی و افزایش نوآوری در ستاد مرکزی «بانک ملت» رابطه معناداری وجود دارد.

دارد.

۳. بین سرمایه اجتماعی و افزایش نوآوری در ستاد مرکزی «بانک ملت» رابطه معناداری وجود دارد.

۳. روش پژوهش

پژوهش حاضر، کاربردی و از شاخه پیمایشی و روش گردآوری داده‌ها نیز توصیفی است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کلیه کارکنان ستاد مرکزی «بانک ملت» تهران است که تعداد آن‌ها ۱۲۰۰ نفر برآورد شد و حجم نمونه آماری متناسب با جدول کرجسی مورگان، تعداد ۲۹۱ نفر انتخاب شد.

پرسشنامه مورد استفاده بر اساس مقیاس لیکرت مقیاس لیکرت و شامل سه بخش است. بخش اول شامل توضیح مختصری از پرسشنامه و نحوه تکمیل آن، بخش دوم شامل اطلاعات شخصی (متغیرهای جمعیت‌شناختی نظیر جنسیت، تحصیلات، میزان سن و غیره) و بخش سوم شامل سؤال‌های مرتبط با متغیرهای پژوهش (شاخص‌های سرمایه انسانی، نوآوری) است. جداول ۱، نشان‌دهنده چگونگی تخصیص یافتن سؤال‌های پرسشنامه به متغیرهای مورد بررسی در پژوهش است.

در پژوهش حاضر پس از جمع‌آوری داده‌ها و بررسی متغیرهای جمعیت‌شناختی با استفاده از آمار توصیفی، برای بررسی روایی پرسشنامه و برازش مدل پژوهش، اقدام به انجام تحلیل مدل معادلات ساختاری و تحلیل عاملی تأییدی شد؛ همچنین آزمون فرضیه‌های پژوهش با استفاده از آمار استنباطی صورت گرفت که برای جمع‌آوری داده‌ها آن از پرسشنامه استفاده شد. ابزار بررسی و تحلیل داده‌ها با توجه به روش به‌کارگرفته‌شده آماری و آزمون بررسی پایایی، یعنی آزمون کرونباخ، نرم‌افزار SPSS و LISREL است که برای افزایش دقت، صحت و سرعت آزمون‌ها از آن استفاده شده است.

جدول ۱ چگونگی تخصیص سؤال‌های پرسشنامه به متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد.

جدول ۱: چگونگی تخصیص سؤال‌های پرسشنامه به متغیرهای پژوهش

| سؤال‌ها | ابعاد | شاخص‌ها |
|---------|--|----------------|
| ۵-۱ | دانش | سرمایه عقلانی |
| ۹-۶ | مهارت | |
| ۱۴-۱۰ | تخصص | |
| ۲۲-۱۵ | ساختار و کیفیت شبکه و ارتباطات (ساختاری) | سرمایه اجتماعی |
| ۱۴-۳ | امین‌بودن (رابطه‌ای) | |
| ۲-۱ | اجتماعی بودن (شناختی) | |
| ۳-۱ | خودآگاهی | هیجانی |
| ۶-۱ | انعطاف‌پذیری | |
| ۷-۱ | موفقیت‌طلبی | |
| ۷-۱ | صداقت | |
| ۱۱-۱ | | نوآوری |

در پژوهش حاضر از آنجا که ابزار اصلی اندازه‌گیری پرسشنامه است، پایایی پرسشنامه با استفاده از روش آلفای کرونباخ محاسبه شد. پایایی محاسبه‌شده طبق جدول ۲، ۰/۹۶ است که با توجه به نزدیک‌بودن به یک، مقدار بالایی است

جدول ۲: آزمون آلفای کرونباخ

| وضعیت آلفای متغیر | میزان آلفای کرونباخ | متغیر |
|-------------------|---------------------|----------------------------------|
| پایایی بالا | ۰/۸۷ | دانش |
| پایایی بالا | ۰/۸۷ | مهارت |
| پایایی بالا | ۰/۹۲ | تخصص |
| پایایی بالا | ۰/۹۲ | سرمایه عقلایی |
| پایایی بالا | ۰/۸۲ | ساختاری (ساختار و شبکه ارتباطات) |
| پایایی بالا | ۰/۸۰ | رابطه‌ای (امین‌بودن) |
| پایایی بالا | ۰/۸۹ | شناختی (اجتماعی‌بودن) |
| پایایی بالا | ۰/۹۰ | سرمایه اجتماعی |
| پایایی بالا | ۰/۹۷ | خودآگاهی |
| پایایی بالا | ۰/۸۳ | انعطاف‌پذیری |
| پایایی بالا | ۰/۸۱ | موفقیت‌طلبی |
| پایایی بالا | ۰/۹۰ | صداقت |
| پایایی بالا | ۰/۸۶ | سرمایه هیجانی |
| پایایی بالا | ۰/۹۳ | سرمایه انسانی |
| پایایی بالا | ۰/۹۵ | نوآوری |
| پایایی بالا | ۰/۹۶ | کل پرسشنامه |

آزمون نرمال بودن داده‌های جمع‌آوری شده: موضوع نرمال بودن توزیع داده‌ها از مهم‌ترین مقوله‌ها در انتخاب نوع آمار (پارامتری یا ناپارامتری) و آزمون فرضیه‌ها است. انواع روش‌های گرافیکی و عددی برای تشخیص نرمال بودن وجود دارد که در این پژوهش از روش آزمون کولموگروف-اسمیرنوف تک‌نمونه‌ای استفاده شد.

جدول ۳: نرمال بودن متغیرها

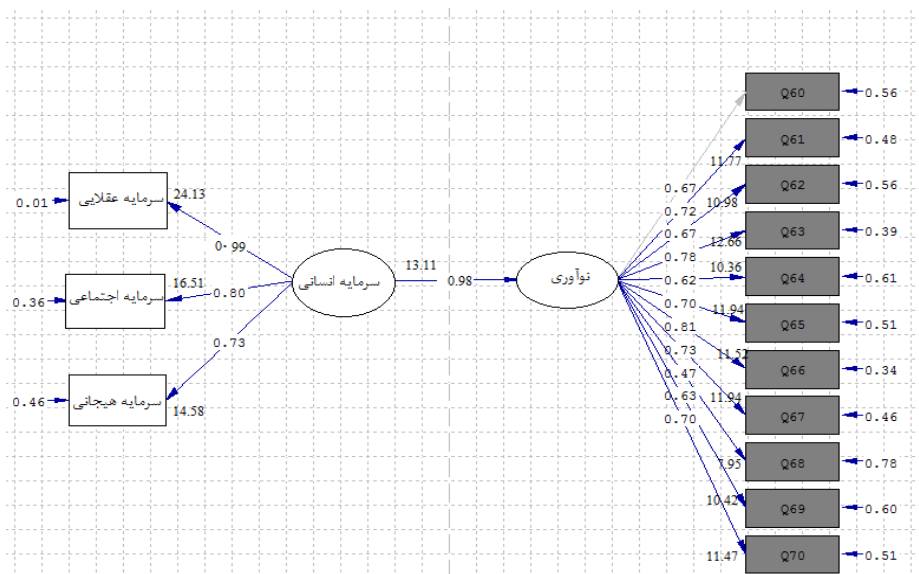
| متغیر | Sig (سطح معنی داری) | $\alpha/2$ (مقدار خطا) | نتیجه آزمون |
|--------------|---------------------|------------------------|-------------------|
| دانش | ۰/۱۵۰ | ۰/۲۵ | داده‌ها نرمال است |
| مهارت | ۰/۱۷۱ | ۰/۲۵ | داده‌ها نرمال است |
| تخصص | ۰/۷۶۸ | ۰/۲۵ | داده‌ها نرمال است |
| شناختی | ۰/۷۳۱ | ۰/۲۵ | داده‌ها نرمال است |
| رابطه‌ای | ۰/۰۷۳ | ۰/۲۵ | داده‌ها نرمال است |
| ساختاری | ۰/۱۳۳ | ۰/۲۵ | داده‌ها نرمال است |
| خودآگاهی | ۰/۰۶۵ | ۰/۲۵ | داده‌ها نرمال است |
| انعطاف‌پذیری | ۰/۱۶۵ | ۰/۲۵ | داده‌ها نرمال است |
| موفقیت طلبی | ۰/۱۱۵ | ۰/۲۵ | داده‌ها نرمال است |
| صداقت | ۰/۱۱۱ | ۰/۲۵ | داده‌ها نرمال است |
| نوآوری | ۰/۲۵۶ | ۰/۲۵ | داده‌ها نرمال است |

در پژوهش حاضر برای سنجش روایی سازه پرسشنامه از تحلیل عاملی تأییدی (CFA) و با استفاده از نرم‌افزار LISREL مقدار t محاسبه شد که نتایج تحلیل عاملی تأییدی با توجه به اینکه طبق جدول ۴، مقدار t در تمامی ابعاد مربوط به سه شاخص سرمایه عقلانی، سرمایه هیجانی و سرمایه اجتماعی بزرگ‌تر از ۱/۹۶ است، روایی سازه را تأیید کرده‌اند.

جدول ۴: نتایج تحلیل عاملی ابعاد سرمایه عقلایی، سرمایه هیجانی و سرمایه اجتماعی

| مفهوم | ابعاد | آماره t | بار عاملی | خطای استاندارد |
|----------------|--------------|---------|-----------|----------------|
| سرمایه عقلایی | دانش | ۱۴/۴۶ | ۰/۷۶ | ۰/۴۳ |
| | مهارت | ۱۷/۸۳ | ۰/۸۹ | ۰/۲۲ |
| | تخصص | ۱۷/۲۵ | ۰/۸۶ | ۰/۲۵ |
| سرمایه اجتماعی | شناختی | ۱۴/۶۰ | ۰/۷۴ | ۰/۴۵ |
| | رابطه‌ای | ۲۳/۴۴ | ۰/۹۹ | ۰/۰۳ |
| | ساختاری | ۱۸/۳۷ | ۰/۸۸ | ۰/۳۳ |
| سرمایه هیجانی | خودآگاهی | ۲/۱۲ | ۰/۳۲ | ۰/۸۰ |
| | انعطاف‌پذیری | ۱۳/۲۲ | ۰/۷۶ | ۰/۴۲ |
| | موفقیت‌طلبی | ۱۰/۷۹ | ۰/۶۳ | ۰/۶۱ |
| | صداقت | ۱۵/۳۰ | ۰/۸۸ | ۰/۲۳ |

ارزیابی بخش ساختاری: در بخش قبلی، مدل‌های اندازه‌گیری موردبررسی و تأیید قرار گرفت؛ به عبارت دیگر روایی مدل بررسی شد. در این بخش ساختار مدل، روابط بین متغیرهای نهفته درونی و بیرونی موردتوجه قرار می‌گیرند. در اینجا هدف، تشخیص این موضوع است که آیا روابط نظری بین متغیرها در مرحله تدوین چارچوب مفهومی مدنظر پژوهشگر بوده است به وسیله داده‌ها تأیید شده است یا خیر؟ در نمودار ۱، تأثیر سرمایه انسانی بر نوآوری بررسی شد. در نمودار ۱، مقدار عدد معناداری ۱۳/۱۱ و بیشتر از مقدار ۱/۹۶ است؛ به عبارت دیگر رابطه بین سرمایه انسانی و نوآوری معنادار است. مقدار ضریب استاندارد نیز در نمودار آورده شده است. طبق نمودار ۱، سرمایه انسانی با ضریب گامای ۰/۹۸ بر نوآوری تأثیر می‌گذارد. مقدار ضریب تعیین‌کننده (R²) که تعیین‌کننده سهم واریانس متغیر مستقل در پیش‌بینی متغیر وابسته است، در این مدل در حد مناسبی است؛ به طوری که سرمایه انسانی توانسته است حدود ۹۹ درصد تغییرات نوآوری را پیش‌بینی کند.



نمودار ۱ اعداد معنادار و ضرایب استاندارد مدل ساختاری

اعدادی سمت چپ گویه‌ها، مقدار خطای استاندارد است که در مدل‌های کلاسیک برآورد نمی‌شود. این آماره نشان می‌دهد که مقدار پارامتر با چه دقتی برآورد شده است. هر چه مقدار استاندارد کوچک‌تر باشد، نشان می‌دهد که برآورد انجام‌شده دقیق‌تر است؛ هرچند مقدار خطای استاندارد می‌تواند مشکل‌ساز باشد؛ زیرا در این صورت تعریف مقدار t امکان‌پذیر نخواهد بود.

همیشه چهار شاخص مجذورکای (Chi-Square)، درجه آزادی (df)، سطح معناداری (P-value)، جذر برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA)، نشان‌دهنده برازش مدل هستند. شاخص‌های برازش مناسب مدل شامل مجذورکای (Chi-Square)، درجه آزادی (df)، سطح معناداری (P-value)، جذر برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA)، شاخص نیکویی برازش (GFI)، شاخص تعدیل‌شده نیکویی برازش (AGFI) هستند که اگر نسبت مجذورکای به درجه آزادی کوچک‌تر از ۴ باشد، موردقبول است. مقدار بزرگ‌تر از ۰/۰۵ برای سطح معناداری، مقدار کوچک‌تر از ۰/۰۷ برای RMSEA و مقدار بالاتر از ۸۰ درصد برای (Goodness of Fit) و GFI (Adjusted Goodness Of Fit Index) و AGFI، نشان‌دهنده برازش الگو با داده‌های گردآوری شده است

جدول ۵: شاخص‌های برازش الگوها

| شاخص‌ها | X2 | DF | CFI | AGFI | P-Value | RMSEA |
|---------|--------|----|------|------|---------|-------|
| مدل | ۳۹۱/۸۴ | ۷۶ | ۰/۸۲ | ۰/۹۲ | ۰/۰۶۹ | ۰/۰۵۰ |

پس از اجرای مدل با استفاده از نرم‌افزار لیزررل ۸/۵ و انجام اصلاحات، اعداد معناداری و پارامترهای اصلی حاصل شد؛ همچنین شاخص‌ها، حاکی از برازش مناسب مدل دارد؛ به عبارت دیگر داده‌های مشاهده‌شده با مدل مفهومی پژوهش تناسب دارد؛ در واقع این مدل نظری پس از اجرای آزمون به مدل تجربی پژوهش تبدیل شد.

آزمون فرضیه‌ها: برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از مدل معادله‌های ساختاری استفاده شد. این روش، شیوه‌ای جامع برای ارزیابی و بهبود مدل‌های نظری محسوب می‌شود. هدف این مدل توضیح الگوهای میان مجموعه‌ای از متغیرهای پنهان است که هر یک توسط یک یا چند متغیر مشاهده‌شده سنجیده می‌شوند. مزیت این روش نسبت به رگرسیون چندگانه و تحلیل مسیر این است که ۱. این مدل توانایی سنجش چندین رابطه را به‌طور هم‌زمان دارد و ۲. این مدل می‌تواند اثر خطای اندازه‌گیری را در متغیرهایی که چندین بُعد دارند، در نظر بگیرد. در مدل معادله‌های ساختاری از یک طرف میزان انطباق داده‌های پژوهش و مدل مفهومی پژوهش بررسی خواهد شد (آیا از برازش مناسب برخوردار است) و از طرف دیگر معناداری روابط در این مدل برازش یافته آزمون می‌شود. بر اساس نتایج مدل ساختاری فرضیه‌ها بررسی می‌شود.

فرضیه اصلی: بین شاخص‌های سرمایه انسانی (عقلانی، اجتماعی، هیجانی) بر افزایش نوآوری در ستاد مرکزی «بانک ملت» رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۶: نتایج آزمون فرضیه اصلی

| فرضیه | برآورد استاندارد | کمیت t | نتیجه آزمون |
|------------|------------------|--------|-------------|
| فرضیه اصلی | ۰/۹۸ | ۱۳/۱۱ | تأیید |

طبق نتایج، فرضیه اصلی تأیید می‌شود؛ زیرا مقدار t بیشتر ۱/۹۶ است و مقدار بار عاملی کافی است؛ در نتیجه، سرمایه انسانی با اطمینان ۹۹ درصد به میزان ۰/۹۸ بر نوآوری سازمانی تأثیر ساختاری مثبت و معناداری دارد (جدول ۶).

فرضیه‌های فرعی

فرضیه فرعی ۱: بین سرمایه عقلانی و افزایش نوآوری در ستاد مرکزی «بانک ملت» رابطه

معناداری وجود دارد.
 فرضیه فرعی ۲: بین سرمایه اجتماعی و افزایش نوآوری در ستاد مرکزی «بانک ملت» رابطه معناداری وجود دارد.
 فرضیه فرعی ۳: بین سرمایه هیجانی و افزایش نوآوری در ستاد مرکزی «بانک ملت» رابطه معناداری وجود دارد (جدول ۷).

جدول ۷: نتایج آزمون فرضیه‌های فرعی

| فرضیه | برآورد استاندارد | کمیت t | نتیجه آزمون |
|--------------|------------------|--------|-------------|
| فرضیه فرعی ۱ | ۰/۹۹ | ۱۴/۸۱ | تأیید |
| فرضیه فرعی ۲ | ۰/۷۸ | ۱۱/۹۲ | تأیید |
| فرضیه فرعی ۳ | ۰/۷۱ | ۱۰/۲۱ | تأیید |

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

با توجه به نتایج فرضیه‌ها مشخص شد که سرمایه انسانی به میزان ۰/۹۸ درصد بر نوآوری سازمانی تأثیر ساختاری مثبت و معناداری دارد. بُعد سرمایه عقلانی به میزان ۰/۹۹ درصد بیشترین تأثیر را بر نوآوری سازمانی و بُعد سرمایه هیجانی به میزان ۰/۷۱ درصد کمترین تأثیر را بر نوآوری سازمانی دارد؛ بنابراین نتایج پرسشنامه و آزمون‌های انجام‌شده همه فرضیه‌های پژوهش را تأیید می‌کنند و نشان می‌دهند که توجه به وضعیت موجود ستاد مرکزی «بانک ملت» در زمینه نوآوری سازمانی دارای اهمیت است. یکی از ضرورت‌های توجه به این موضوع این است که سازمان‌های امروزی برای آنکه بتوانند در ساختار جدید رقابت میان سازمان‌ها که فضای کاملاً رقابتی و دانش‌محور است، به حیات خود ادامه دهند باید به نوآوری به‌عنوان یک راهبرد ضروری در عصر کنونی نگاه کنند و ضمن شناخت تغییر و تحولات محیطی، برای رویارویی با آن‌ها، شاخص‌های سازمانی تأثیرگذار بر نوآوری سازمانی را شناسایی کنند و به این تغییرات مناسب‌ترین پاسخ‌ها را بدهند؛ بنابراین با توجه به تأیید تمامی فرضیه‌های پژوهش، ابعاد سرمایه انسانی بر نوآوری سازمانی تأثیرگذار است.

منابع

۱. امینی، ع.، مصلی، ش. (۱۳۹۰). «نقش سرمایه انسانی از نوع تجربه در بهره‌وری کل عوامل: مطالعه موردی کارگاه‌های بزرگ صنعتی ایران». **فصلنامه پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی**، سال نوزدهم، شماره ۵۷، صص ۱۰۵-۱۳۳.
۲. پهلوانیان، ح. (۱۳۹۱). «سرمایه فکری دارایی پنهان برای برتری در رقابت»، **ماهنامه مهندسی مدیریت**، ۵ (۴۶): ۶۴-۶۷.
۳. چوپانی، ح.، خلیلی، م.، قاسمی، ع و غلامزاده، ح. (۱۳۹۱). «بررسی رابطه بین سرمایه فکری با نوآوری سازمانی (مطالعه موردی: شرکت سهامی بیمه توسعه)». **ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی**، دوره دوم، شماره ۱، صص ۲۹-۵۸.
۴. زرین سبب، م. (۱۳۹۰). «بررسی رابطه بین سرمایه فکری با گرایش به نوآوری سازمانی کارکنان پارک علم و فناوری دانشگاه تهران». **پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران**.
۵. قاضی طباطبایی، سید محمود (۱۳۷۷). «روش‌های لیزرل: تشریح ساختار و منطق زیربنایی روش‌های تحلیل مدل‌های ساختار کوواریانس». **نشریه دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تبریز**.
۶. کمیجانی، ا. پاداش، ح و صادقین، ع. (۱۳۹۱). «تحلیلی راهبردی بر اثر سرمایه انسانی در رشد بهره‌وری نیروی کار». **فصلنامه راهبرد اقتصادی**، سال اول، شماره سوم، صص ۷-۳۶.
۷. کلاتری، خلیل (۱۳۸۸)، مدل‌سازی معادلات ساختاری در تحقیقات اجتماعی- اقتصادی. تهران: انتشارات فرهنگ صبا
8. Elgar, F. J., Davis, C. G., Wohl, M. J., Trites, S. J., Zelenski, J. M., Martin, M. S. (2011). "Social Capital, Health And Life Satisfaction In 50 Countries". **Journal Of Health & Place**, 17: 1044-1053.
9. Johnson, Angel (2008). "Dissertation Of "The Influence Of Need For Achievement, Need For Affiliation ... On Organizational Citizenship Behavior.""
10. Gratton, Lynda, Ghoshal, Sumantra (2003). "Human Capital: New Ethos For The Volunteer Employee". **European Management Journal**, 21(1): 1-10.
11. Johnson, K. (2009). "Export Marketing Management And Maintenance Of Customer In Agricultural Products". **Journal Of Marketing**, 89, 22-36.
12. Kantapipat, W. (2009). "The Determinants Of Successful Export Marketing Strategy In Thai Processed Agricultural Products". **RU. Int. J.** 3(1): 91-102.
13. Simon, O. (2012). "Human Capital Investment and Industrial Productivity In Nigeria". **International Journal of Humanities and Social Science**, 2(16):298-307.
14. Yong Koh, T, Rowlinson, S. (2011). "Relational Approach In Managing Construction Project Safety". **Journal Of A Social Capital Perspective, Accident Analysis And Prevention**.