فصلنامه رویکردهای پژوهشی نو در علوم مدیریت

شماره ۲۱،
دوره دوم،
سال چهارم
بهار ۱۴۰۰،
صص ۸۱-۹۴

بررسی تاثیر میانجی مدیریت دانش بر رابطه میان سرمایه اجتماعی و خلاقیت کارکنان سازمان (مورد مطالعه: نمایندگی‌های بیمه کارآفرین شهر تهران)

مهدی نیکفر دستکی[۱]

چکیده

امروزه خلاقیت رمز بقای سازمان‌ها است، لذا توجه به آن و بررسی عوامل اثرگذار بر آن از جمله مدیریت دانش و سرمایه اجتماعی حائز اهمیت است. تحقیق حاضر پژوهشی است کاربردی، توصیفی پیمایشی و کمی که در جامعه آماری شامل نمایندگی‌های بیمه کارآفرین شهر تهران انجام پذیرفته است. جامعه‌ی آماری پژوهش ۲۷۰ نفر از کارشناسان شاغل در نمایندگی‌های بیمه‌ی کارآفرین شهر تهران می‌باشد که با توجه به جدول مورگان و روش نمونه گیری دردسترس ۱۵۹ نفر به عنوان حجم نمونه در نظر گرفته شد. تجزیه و تحلیل اطلاعات با استفاده از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد نرم افزار AMOS در دو بخش مدل اندازه‌گیری و بخش ساختاری انجام پذیرفت. در بخش اول ویژگی‌های فنی پرسشنامه بررسی گردید و اصلاحات لازم صورت پذیرفت و در بخش دوم، ضرایب t برای بررسی فرضیه‌های پژوهش مورد استفاده قرار گرفتند. نتایج پژوهش حاکی از تأثیر مثبت و معنادار سرمایه اجتماعی بر خلاقیت افراد سازمان از یک سو و از سوی دیگر تأثیر معنادار متغیر میانجی مدیریت دانش بر رابطه‌ی میان این دو می‌باشد.

کلمات کلیدی: سرمایه اجتماعی، خلاقیت، مدیریت دانش

[۱] دانشجوی دکتری مدیریت استراتژیک ، مدیریت و فناوری امیرکبیر، **موسسه آموزش عالی آزاد امیرکبیر**، واحد تهران، تهران، ایران(Nikfar_mehdi@yahoo.com)

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

مقدمه

به طور سنتی وجود سه نوع سرمایه طبیعی، فیزیکی و انسانی در کنار یکدیگر، مبنایی برای توسعه و عملکرد اقتصادی فرض میشده است (Ambrose, 2002). ولی امروزه به این مهم پی برده‌اند که توسعه هر جامعه در گرو افزایش سطح سرمایه اجتماعی سازمان‌ها و نهادهای فعال در آن است (Zhang and Hung, 2006). افزایش رقابت جهانی، که با تغییرات سریع فناوری و کوتاه شدن چرخه‌ی عمر محصول پیوند خورده است، سازمان‌ها را نسبت به زمان گذشته آسیب پذیرتر ساخته است. بنابراین، این تغییرات باعث شده است که سازمان‌ها توجه‌ی بیشتری به مسأله‌ی خلاقیت داشته باشند (مبینی و همکاران، ۱۳۹۰). کارکنان آموزش دیده و تحصیلکرده نیازمند محیطی که به آنها انگیزه رشد و توسعه و انگیزه‌ای که به آن‌ها فرصت دهد تا به دنبال ایده‌های جدید و خلاقانه بروند، هستند. چنین محیطی تنها از راه سرمایه‌گذاری روی سرمایه اجتماعی محقق خواهد شد (Brooks & Nafukho, 2006). فلوریدا و همکاران (۲۰۰۲) بیان می‌کنند: "زمانی که افراد به جامعه‌ای تعلق داشته باشند که از سطح بالای سرمایه اجتماعی برخوردار باشند، افراد تمایل زیادی به کار با یکدیگر دارند و ریسک‌پذیرتر می‌شوند و این سرمایه اجتماعی غنی باعث می‌شود تا فعالیت‌های نوآورانه در بین افراد گسترش یابد" (Shiell, Hawe, & Kavanagh, 2020). با متلاطم‌تر شدن شرایط رقابت، اهمیت ایجاد و حفظ مزیت‌های رقابتی پایدار به‌طور بالقوه افزایش می‌یابد. در این راستا، سرمایه‌های ذهنی شرکت‌ها یکی از منابع حقیقی رقابت‌پذیری آینده هستند. از سوی دیگر جستجوی شرکت‌ها برای دانش جدید می‌تواند به عنوان بخشی از فرآیند تطابق سازمان با محیط خارجی در نظر گرفته شود که این تطابق به منظور بقا و رقابتی‌تر شدن سازمان صورت می‌گیرد (Audretsch, Belitski, Caiazza, & Lehmann, 2020). در واقع شرکت‌ها برای افزایش قابلیت رقابت‌پذیری نیازمند خلاقیت و نوآوری هستند (Jimenez et al., 2008) و سازمان‌هایی در این امر موفق هستند که به طور مستمر به تولید دانش بپردازند، آن را سازماندهی کرده و در مجموعه سازمان اشاعه دهند (Fugate et al., 2009). پس برای یافتن فرصت‌ها و بهره‌برداری از آنها، شرکت‌ها نیاز دارند که جهت‌گیری اصلی مدیریت دانش را برای توسعه و رشد امکاناتشان برمبنای گسترش و استفاده بهینه از تمامی سرمایه های سازمان از جمله سرمایه اجتماعی بنا کنند. بنابراین در این پژوهش سعی شده است تا با کسب نظرات از کارشناسان نمایندگی‌های بیمه کارآفرین شهر تهران به بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت افراد و مدیریت دانش در سازمان پرداخته و در نهایت به بررسی این نکته پرداخته خواهد شد که مدیریت دانش در سازمان بر خلاقیت افراد نیز تاثیر خواهد داشت یا نه؟ در ادامه به بررسی مروری بر این موارد و ارتباط آن‌ها پرداخته خواهد شد.

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

ادبیات پژوهش

سرمایه اجتماعی

از نظر پوتنام (۱۹۹۶)، سرمایه اجتماعی عبارتست از ویژگی‌های حیات اجتماعی، هنجارها و اعتماد؛ که مشارکت‌کنندگان را قادر می‌سازد تا با یکدیگر همکاری نمایند و به صورت موثرتر و کاراتر اهداف مشترکشان را محقق سازند (Chou, 2006). سرمایه اجتماعی مجموع منابع حقیقی یا مجازی است که دریک فرد یا گروه، از راه شبکه‌ای ممتد از روابط کم و بیش نهادینه شده، به وجود می‌آید (Apfeld, Coman, Gerring, & Jessee, 2021). درباره ابعاد سرمایه اجتماعی تحقیقات بیشماری صورت پذیرفته که از آن جمله ناهاپیت وگوشال[1] (۱۹۹۸)، جنبه‌های سرمایه اجتماعی را شامل ساختاری، شناختی و ارتباطی معرفی نموده و هریک از این ابعاد را در زیرگروه‌هایی جای داده‌اند:

۱- بعدساختاری: الف- پیوند های موجود درشبکه : شامل وسعت و شدت ارتباطات موجود در شبکه، ب- شکل و ترکیب شبکه: شامل سلسله مراتب شبکه، میزان ارتباط پذیری و تراکم شبکه، ج- تناسب سازمانی: تا چه اندازه شبکه ایجاد شده برای یک هدف خاص ممکن است برای اهداف دیگر استفاده شود.

۲-بعدشناختی: الف- زبان و علائم مشترک و ب- روایت های مشترک

۳-بعد ارتباطی : الف- اعتماد، ب- هنجارها، ج- تعهدات و روابط متقابل، د- تعیین هویت مشترک (Carey et al., 2011).

خلاقیت

استرنبرگ و لوبارت (۱۹۹۹) خلاقیت را به عنوان توانایی در ایجاد کارهایی که هم جدید(مثل ابتکاری، غیرمنتظره) و هم مناسب (مثل سودمندی، وفق پذیری در مورد محدودیت های وظیفه ای) باشد تعریف می‌کنند (Kwall,2020). کلماتی که با این تعریف مرتبط هستند شامل: ایده، اختراع و پیشرفت می‌باشد. در تعریفی دیگر، خلاقیت، تعامل میان استعداد، فرایند، و محیط است که به وسیله آن فرد یا گروه، محصولی که هم جدید و هم مفید باشد را تولید می‌کنند (Makel & Plucker, 2008). عوامل گوناگونی در ایجاد محصولات خلاق، در هر دو سطح فردی و سازمانی نقش دارند. در سطح فردی، آمابیل (۱۹۸۳) سه مولفه کلیدی را پیشنهاد می‌کند که از تولید خلاق حمایت می‌کند: مهارت‌ها، فرایندهای مرتبط با خلاقیت و انگیزش کار. مهارت‌ها به دانش و مهارت اشاره می‌کند. فرایندهای مرتبط با خلاقیت شامل سبک‌های شناختی، راهبردهای شناختی، همچنین متغیرهای شخصیتی و انگیزه کار شامل نگرش‌ها و انگیزش می‌باشد (Ingold & Hallam,2021). در سطح سازمانی نیز ویژگی‌های محیط کار مدنظر قرار می‌گیرد (Reiter et al, 2004). سبک رهبری، سیستم پاداش، منابع سازمانی (پورطهماسبی و همکاران، ۱۳۸۹)، سرمایه اجتماعی سازمانی

1. Nahapit & Gooshal

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

(Chen et al., 2008)، جو سازمانی (Shin, 2009)، ساختار سازمانی (Pandey, 2009)؛ از عوامل تاثیر گذار سازمانی موثر بر خلاقیت هستند.

خلاقیت دارای چهار بعد یا ویژگی به این شرح می‌باشد: سیالی یا روانی؛ که عبارت است از توانایی برقراری رابطه معنادار بین فکر و اندیشه و بیان، که بر اساس تعداد افکار یا راه ح‌ها در یک زمان مشخص اندازه‌گیری می‌شود. اصالت یا ابتکار؛ توانایی تفکر به شیوه غیرمتداول و خلاف عادت رایج است، که همراه با جواب‌های غیر معمول، عجیب و زیرکانه است. انعطاف‌پذیری؛ اشاره به توانایی تفکر به طرق مختلف برای حل یک مسئله‌ی جدید است. بسط؛ شامل توانایی توجه به جزئیات در حین انجام یک فعالیت می‌باشد. (رشیدی، ۱۳۸۷).

مدیریت دانش

امروزه میزان موفقیت بنگاه های اقتصادی در یک بازار رقابتی، نظیرکشف فرصت‌های جدید، به موفقیت آن‌ها در کسب دانش در رابطه با مشتریان و رقبای بالقوه تجاری حال و آینده، پیشرفت‌های علمی و فن‌آوری های جایگزین کالاها و خدمات آن‌ها بستگی دارد (Bratianu, Stanescu, & Mocanu, 2021).. امروزه سازمان‌ها به این نتیجه رسیده‌اند که باید به آنچه می‌دانند (سرمایه فکری) بیش از آنچه دارند (سرمایه مادی) اهمیت دهند (Walczak, 2005). دانش سرمایه‌های انسانی از مهمترین قابلیت‌ها و شایستگی‌های سازمانی می‌باشد و شاید بتوان گفت پایه و ریشه تمام مزیتهای رقابتی بشمار می‌رود (Hitt et al., 2005; Daud & Yusoff, 2010). مدیریت دانش به فرآیند شناسایی، انتخاب، سازماندهی، تلخیص و دسته بندی اطلاعات ضروری برای کسب وکار شرکت اشاره دارد؛ به گونه ای که عملکرد کارکنان و مزیت رقابتی شرکت را بهبود بخشد (Dilek & Ars, 2008). در تعریفی دیگر، مدیریت دانش تلاش‌های استراتژیک ارزش‌افزا برای بهبود اثربخشی سازمان در تغییرات محیط کسب و کار و محیط اجتماعی است (Joo & Lee, 2009). شاید مناسب ترین تعریف که مشترکات سایر تعاریف نیز باشد تعریف سازمان ناسا[1] باشد که مدیریت دانش را: در دسترس قرار دادن دانش مرتبط در زمان مقتضی برای نیازمندان به آن دانش تعریف نموده‌اند (Jafari,et al., 2007). مدیریت دانش مزایایی از قبیل بهبود و تکامل چرخه سازمان، بازبینی مهندسی، بهبود توان تصمیم‌گیری در فرآیندهای سازمانی، کاهش هزینه‌های طراحی و توسعه، دستیابی به یکپارچگی و ... برای سازمان را فراهم می‌آورد (عباس‌زاده و رجبلو، ۱۳۸۸).

تاثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت

سرمایه اجتماعی مفهومی اساسی و بنیادی در درک خلاقیت، نوآوری و ایجاد رفتارهای کارآفرینانه و همچنین پویایی‌های سازمانی به شمار می‌آید، چرا که فرآیند خلاقیت، نوآوری، یادگیری تیمی را تحت تاثیر قرار داده

1 .NASA

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

و آن‌ها را تسهیل می‌کند (Goyal & Akhilesh, 2007). سرمایه اجتماعی به عنوان یک پدیده اجتماعی، باعث بروز خلاقیت، ایده‌پروری، تسهیل رفتارهای نوآورانه و ریسک‌پذیری می‌شود (Coleman, 1998). تحقیقات متعددی اشاره داشته‌اند که وجود سرمایه اجتماعی غنی در میان افراد بر خلاقیت آن‌ها در سازمان تاثیرگذار می‌باشد (Chen et al., 2008; Pishghadam & Zabihi, 2011). از طرفی دیگر این تاثیرات باعث می‌شود که عملکرد سازمان در نتیجه‌ی افزایش خلاقیت در بین افراد، بالا رود (Lazarova & Taylor, 2009; Moran, 2005). مرلو و همکارانش[1] (۲۰۰۶) در پژوهش خود با عنوان سرمایه اجتماعی، گرایش به خدمات مشتری و خلاقیت در آن‌ها، بیان کرده‌اند که ابعاد شناختی، ارتباطی، ساختاری سرمایه اجتماعی؛ بینشی در خلاقیت مشتریان آن‌ها ایجاد می‌کند که این ابعاد باعث افزایش تسهیم دانش، ایجاد کانال‌های ارتباطی، و تسهیل رفتار مشارکتی در بین آن‌ها شده و در نتیجه باعث می‌شود که خلاقیت‌های آن‌ها افزایش پیدا کند. از اینرو با توجه به مطالب مطرح شده فرضیه‌ی اول پژوهش به عبارت زیر می‌باشد:

فرضیه ۱: سرمایه اجتماعی سازمان، بر خلاقیت افراد درون سازمان تاثیر مثبت و معناداری دارد.

تاثیر سرمایه اجتماعی بر مدیریت دانش

عوامل متعدد و بی‌شماری در موفقیت استقرار مدیریت دانش در سازمان نقش دارند، یکی از این عوامل سرمایه اجتماعی است (Chang & Chuang, 2011). تحقیقات کوهن و پروساک[2] (۲۰۰۱) نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی باعث به اشتراک گذاشتن بهتر دانش، ابقاء دانش سازمانی، ایجاد روابط مبتنی بر اعتماد، ایجاد روح تعاون (درون سازمان، بین سازمان و مشتریان و شرکاء)، کمک به آموزش افزایش فعالیت‌های مرتبط با ثبات سازمان و درک مشترک می‌شود. استارباک[3] (۱۹۹۵) اهمیت هنجارهای اجتماعی صداقت و کار تیمی را به عنوان ویژگی های کلیدی شرکت های دانش محور یادآور می شود. ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) سرمایه اجتماعی را برای ترویج دانش در سازمان ضروری می‌دانند و اعتقاد دارند که سرمایه اجتماعی منبع مهمی هستند که موجب می‌شود افراد با هم کار کنند، به همدیگر اعتماد و احساس نزدیکی کنند، و در نتیجه کارآمدتر و اثربخش‌تر باشند. آنها اعتقاد دارند سازمان‌هایی که دارای سطح بالایی از سرمایه اجتماعی هستند، احتمالاً از رقبایی که سطح پایین‌تر از سرمایه اجتماعی دارند، موفق‌تر هستند. چانگ و همکارانش[4] (۲۰۱۰)، نیز در پژوهش خود بیان می‌دارند که اعتماد، عامل مهم تسهیل‌کننده‌ی انتقال دانش و همچنین ایجاد خلاقیت در میان شرکت‌ها می‌باشد. در اینجا فرضیه دوم پژوهش را نیز به شرح زیر می‌توان مطرح کرد:

1 .Merlo et al
2 .Cohen & Prusak
3 .Sturbuck
4 .Chang et al

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

فرضیه ۲: سرمایه اجتماعی سازمان، بر مدیریت دانش درون سازمان تاثیر مثبت و معناداری دارد.

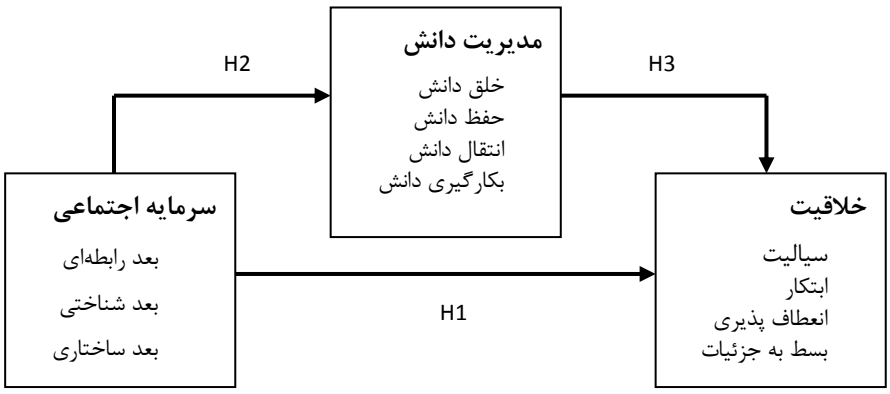
تاثیر مدیریت دانش بر خلاقیت

ظهور نوآوری دانش نه تنها سازمان‌ها را قادر می سازد نسبت به رقبا مزیت رقابتی به دست آورند بلکه ابزار سودمندی را برای ارتقای عملکرد سازمانی ارائه می دهد. دانش به عنوان یک منبع عمده‌ی نوآوری، خلاقیت و بهره‌وری سازمانی از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار است. هدف عمده مدیریت دانش ایجاد و سازماندهی محیطی است که در آن افراد دانش خود را توسعه داده، با یکدیگر تبادل نموده، دانش دیگران را با دانش خود ترکیب کرده و نهایتاً آن را به کار بندند. کاربرد دانش به نوبه خود به نوآوری در سازمان منجر خواهد شد، از اینرو است که مدیریت دانش غالباً به عنوان منبع و مرجع اصلی نوآوری و خلاقیت شناخته شده است (Chen & Huang, 2009; Lopez & Merono, 2011). چنگ[1] (۲۰۱۲)، نیز در پژوهشی بیان می‌کند که سرمایه اجتماعی به طور معناداری بر خلاقیت تیم‌ها از طریق ترکیب دانش تاثیر می‌گذارند. بنابراین فرضیه‌ی سوم پژوهش به شرح زیر مطرح گردید:

فرضیه ۳: مدیریت دانش سازمان، بر خلاقیت افراد درون سازمان تاثیر مثبت و معناداری دارد.

چارچوب نظری پژوهش

با توجه به مبانی نظری و فرضیه‌های پژوهش، چارچوب نظری پژوهش به شکل شماره (۱) ترسیم می‌گردد:



شکل ۱) چارچوب نظری پژوهش

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر برمبنای هدف از نوع کاربردی و از حیث روش به دست آوردن داده‌ها از نوع توصیفی-

1 .Cheng

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

پیمایشی می‌باشد به طوری که برای اثبات فرضیه‌های تحقیق و تحقق یافته‌ها، از نظرسنجی با افراد درگیر مساله (کارشناسان شاغل در بیمه کارآفرین شهر تهران) استفاده شده است. همچنین بر مبنای نوع داده‌های گردآوری شده از نوع کمی می باشد که در این راستا پرسشنامه‌هایی برای دریافت نظرات کارشناسان بیمه کارآفرین شهر تهران توزیع شده و نتایج درج گردیده است. مدل معادلات ساختاری که برای تحلیل داده‌ها در این پژوهش استفاده شده است، از دو بخش مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری تشکیل شده است و متغیرهای مدل در دو دسته متغیرهای پنهان و آشکار تقسیم‌بندی می‌شوند. در پژوهش حاضر سرمایه اجتماعی، مدیریت دانش و خلاقیت متغیرهای پنهان و ابعاد این متغیرها نیز در شکل ۱ نشان داده شده است.

جامعه آماری، روش نمونه گیری و حجم نمونه

جامعه‌ی آماری پژوهش ۲۷۰ نفر از کارشناسان شاغل در نمایندگی‌های بیمه‌ی کارآفرین شهر تهران می‌باشد که با توجه به جدول مورگان و روش نمونه گیری دردسترس ۱۵۹ نفر به عنوان حجم نمونه در نظر گرفته شد.

ابزار گردآوری داده‌ها

پرسشنامه پژوهش حاضر شامل سه بخش می‌باشد؛ بخش اول حاوی سوالات مربوط به سرمایه اجتماعی است که از پرسشنامه استاندارد چنگ و چانگ[1] (۲۰۱۱) برای سنجش این متغیر استفاده شده است. این بخش دارای ۱۹ گویه (سوال) می‌باشد. بخش دوم پرسشنامه مربوط به به مدیریت دانش محتوی ۵۹ سوال بر اساس پرسشنامه استاندارد داروچ[2] (۲۰۰۳) طراحی شده است و در نهایت بخش سوم شامل ٦۰ سوال برای سنجش خلاقیت کارکنان طبق پرسشنامه استاندارد تورنس[3] (۱۹۸۹) در نظر گرفته شده است.

برای بررسی میزان پایایی پرسشنامه از نرم‌افزار AMOS 20 استفاده شده است. با استفاده از این نرم‌افزار با سنجش بارهای عاملی از طریق محاسبه مقدار همبستگی شاخص‌های یک سازه با آن سازه به بررسی پایایی پرداخته می‌شود که اگر این مقدار برابر و یا بیشتر از مقدار ۰,٤ شود (Hulland, 1999)، موید این مطلب است که پایایی در مورد آن مدل اندازه‌گیری قابل قبول است. در تحقیق حاضر نتایج مربوط به پایایی شاخص نشان داد که تمامی سوالات دارای بار عاملی بالای ۰,٤ بوده و درنتیجه نیازی به حذف هیچ سوالی نبود.

همچنین روایی پرسشنامه توسط دو معیار روایی همگرا و واگرا که مختص مدل‌سازی معادلات ساختاری است، بررسی گشت. برای ارزیابی روایی همگرا از معیار AVE (میانگین واریانس استخراج‌شده) استفاده شد که نتایج این معیار برای متغیرهای پژوهش در جدول شماره (۱) نشان داده شده است:

1 .Chang & Chuang
2 .Newman & Conrad
3 .Torrance

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

جدول شماره (۱): نتایج روایی همگرای سازه‌های پژوهش

متغیر	بعد رابطه‌ای	بعد شناختی	بعد ساختاری	خلق دانش	حفظ دانش	انتقال دانش	بکارگیری دانش	سیالیت	ابتکار	انعطاف	بسط
AVE	۰,۵۹۱	۰,۶۶۳	۰,۶۰۹	۰,۶۶۵	۰,۵۲۱	۰,۷۰۲	۰,۷۲۰	۰,۵۹۶	۰,۷۵۵	۰,۶۸۷	۰,۷۱۱

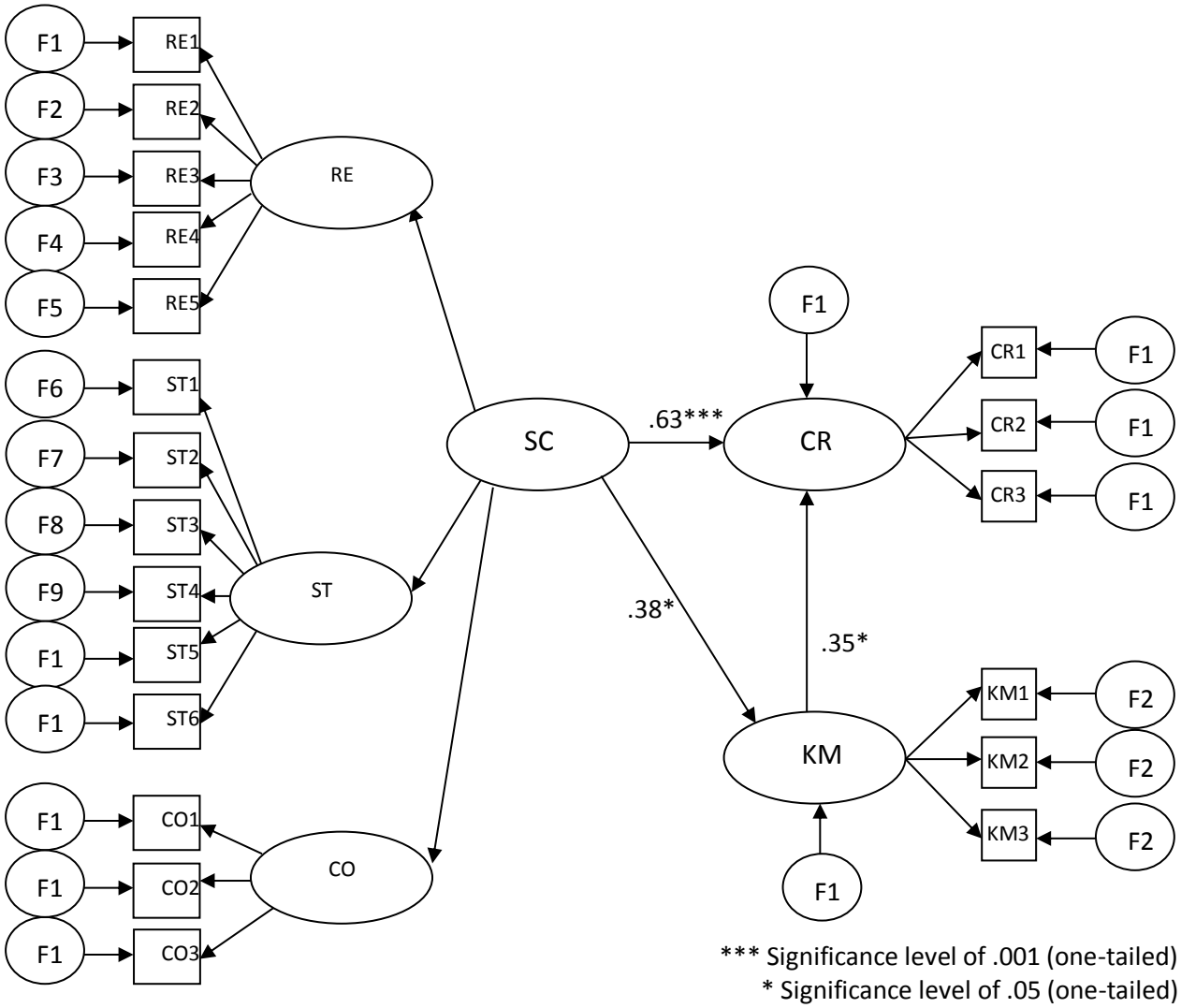
مقدار ملاک برای سطح قبولی AVE، ۰,۵ می‌باشد (Hulland, 1999). همانگونه که از جدول بالا مشخص است، تمامی مقادیر AVE مربوط به سازه‌ها از مقدار ۰,۵ بیشتر بوده و این مطلب موید این است که روایی همگرای پرسشنامه حاضر در حد قابل قبول است. در قسمت روایی واگرا، میزان تفاوت بین شاخص‌های یک سازه با شاخص‌های سازه‌های دیگر در مدل مقایسه می‌شود. این کار از طریق مقایسه جذر AVE هر سازه با مقادیر ضرایب همبستگی بین سازه‌ها محاسبه می‌گردد. نتایج خروجی نرم‌افزار AMOS نشان داد که جذر AVE هرسازه از ضرایب همبستگی آن سازه با سازه‌های دیگر بیشتر شد که این مطلب حاکی از قابل قبول بودن روایی واگرای سازه‌ها می‌باشد.

تجزیه و تحلیل داده‌ها و یافته‌های پژوهش

در مرحله بعدی با استفاده از نرم‌افزار AMOS 20 تحلیل عاملی تأییدی[1] برای سنجش مدل‌های اندازه‌گیری و همچنین بررسی ضرایب مسیر علی برای سنجش بخش ساختاری مدل به کار گرفته شد. اگر شروط زیر برقرار باشد، مدل برازش مناسبی دارد: -سطح معناداری بدست آمده از آزمون کای دو (P-value) از ۰,۰۵ بیشتر شود. -نسبت کای دو به درجه آزادی از۳ کمتر شود. -مقدار آماره ریشه میانگین توان دوم خطای تقریب[2] (RMSA) کمتر از ۰,۰۵ باشد. -مقدار شاخص برازش تطبیقی (CFI)، شاخص برازندگی (GFI)، شاخص برازندگی تعدیل یافته (AGFI) و شاخص برازش غیرنرم (NNFI) بزرگتر از ۰,۹ باشند (Jorsgok & Sorbom, 1996). همانگونه که در شکل ۲ نمایان است مقدار P-value برابر ۰,۰۶۱ ، آماره RMSA برابر ۰,۰۵۱ و نسبت کای‌دو (۱۱۳,٦٤) به درجه آزادی (٤۲) نیز ۲,۷۱ می‌شود که از ۳ کمتر می‌باشد. همچنین نتایج خروجی دیگر AMOS نشان داد که مقدار CFI برابر با ۰,۹۲۱، مقدار Z محاسبه شده از ۱,۹٦ بیشتر و مقدار GFI و AGFI برابر با ۰,۹٤٤ و ۰,۹۱۸ بدست آمده‌اند. بنابراین مدل‌های اندازه‌گیری مربوط به سه سازه اصلی تحقیق برازش قابل قبولی دارند. از سوی دیگر خروجی نرم افزار AMOS (شکل۲) نشان می‌دهد که روابط بین سازه‌های معنی‌دار بوده و فرضیه‌های پژوهش تأیید می‌گردند.

1 .Confirmatory Factor Analysis
2 .Root Mean Square Error of Approximation

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]



Chi-Square = 113.64, df=42, P-value=0.06100, RMSEA=0.051

شکل(۲)- مدل معادلات ساختاری در خروجی نرم‌افزار AMOS
SC=Social Capital, KM=Knowledge Management, CR=Creativity, RE=Relational, ST=Structural, CO=Cognitive

طبق شکل نشان داده شده در خروجی نرم‌افزار AMOS (شکل ۲)، رابطه بین سرمایه اجتماعی همراه با ابعاد آن و خلاقیت کارکنان معنی‌دار و مستقیم است؛ بدین معنی که سرمایه اجتماعی بر خلاقیت کارکنان تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد که طبق ضرایب استاندارد خروجی نرم افزار AMOS، ۶۳ درصد از تغییرات خلاقیت توسط سرمایه اجتماعی پیش‌بینی می‌شود. همچنین تأثیر سرمایه اجتماعی بر مدیریت دانش و مدیریت دانش بر خلاقیت نیز مثبت و معنی‌دار است. تأیید این مطالب، نقش میانجی مدیریت دانش در رابطه‌ی بین سرمایه اجتماعی و خلاقیت کارکنان را تأیید می‌سازد. جدول شماره ۲ نشان‌دهنده‌ی این ضرایب است. وقتی مقادیر t در بازه‌ی بیشتر از ۱,۹۶+ و کمتر از ۱,۹۶- باشند، بیانگر معنادار بودن پارامتر مربوطه هستند (Byrne, 2001).

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

جدول ۲) نتیجه آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرضیه‌ها	ضرایب استاندارد شده	مقدار آماره t	نتیجه
سرمایه اجتماعی ← خلاقیت	۰,۶۳	۱۴,۳۳	قبول
AGFI= 0.92 GFI= 0.92 RMSEA= 0.061 df=42 χ^2 = 113.64			
سرمایه اجتماعی← مدیریت دانش	۰,۳۸	۱۵,۹۶	قبول
مدیریت دانش ← خلاقیت	۰,۳۵	۱۷,۱۹	قبول
AGFI= 0.92 GFI= 0.92 RMSEA= 0.016 df=42 χ^2 = 113.64			

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به تغییرات در محیط‌های سازمانی امروزه، شکلهای سنتی سرمایه‌ای، مانند: ساختمان‌ها، تجهیزات و منابع مالی دگرگون شده و سرمایه‌های جدیدی، مطرح شده اند. این سرمایه‌های غیرملموس، نقش زیادی در خلاقیت افراد در سازمان و در نتیجه عملکرد بالاتر سازمان دارند. یکی از این سرمایه‌ها، سرمایه اجتماعی است. سرمایه اجتماعی برخلاف سرمایه انسانی یا سرمایه فیزیکی، مفهومی است که بسیار فراتر از دارایی‌هایی است که یک فرد در اختیار دارد. اثرات سرمایه اجتماعی که در این پژوهش بررسی گردید، نشان داد که این سرمایه تاثیر مثبت و معناداری بر مدیریت دانش در سازمان و از طرفی دیگر تاثیر مثبت و معناداری نیز بر خلاقیت افراد درون سازمان نیز دارد. با اثبات فرضیات پژوهش می‌توان بیان کرد که سرمایه اجتماعی، نقش مهمی در انتقال و تسهیل دانش در سازمان داشته است زیرا وقتی که سرمایه اجتماعی در بین افراد در سازمان در سطح بالایی قرار داشته باشد، اعتماد متقابل در بین آن‌ها افزایش و همچنین افراد راحت‌تر می‌توانند با یکدیگر کار کنند. این اعتماد باعث می‌شود تا افراد بدون هیچ مشکلی، نسبت به انتقال و تسهیم دانش در بین مجموعه‌ی سازمانی خود اقدام کرده و در نتیجه دانش را در کل سازمان منتشر کنند تا افراد سازمان به آن دسترسی داشته باشند. دانشی که در اختیار افراد قرار می‌گیرد این زمینه را مهیا می‌کند تا مهارت‌های افراد افزایش یافته و این مهارت‌ها بین اعضا تسری یابد که در این میان با توجه به همکاری افراد با هم، ممکن است ایده‌های خلاقانه و نوآورانه در بین آن‌ها شکل گرفته و فرصت‌های کارآفرینانه‌ای را برای کشف و در نهایت بهره‌برداری از آن ایجاد کرده که در نهایت منجر به رشد و سودآوری در سازمان می‌شود. یافته‌های پژوهش حاضر همسو با یافته‌های (Goyal & Akhilesh, 2007; Chen et al., 2008; Lazarova & Taylor, 2009 , Pishghadam & Zabihi, 2011) در رابطه با فرض اول می‌باشد که تقریباً آن‌ها نیز بیان کردند که وجود سرمایه اجتماعی غنی در میان افراد بر خلاقیت آن‌ها در سازمان تاثیرگذار می‌باشد و از طرفی دیگر این تاثیرات باعث می‌شود که عملکرد سازمان در نتیجه‌ی افزایش خلاقیت در بین افراد، بالا رود.

در رابطه با فرضیه دوم نیز یافته‌های پژوهش(Chang & Chuang, 2011; Nahaphit & Gushal, 1998; Chang et al., 2010)، تاییدی بر یافته‌های پژوهش حاضر هستند. آن‌ها در تحقیقاتشان نشان دادند که سرمایه

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

اجتماعی برای توسعه و توزیع دانش در سازمان‌ها امری ضروری است و عامل مهم تسهیل‌کننده‌ی انتقال دانش و همچنین ایجاد خلاقیت در میان شرکت‌ها می‌باشد.

تاثیر مدیریت دانش بر خلاقیت افراد سازمان در فرضیه سوم نیز تایید گردید. در این رابطه، یافته‌های پژوهش-های (Cheng, 2012; Chen & Huang, 2009; Lopez & Merono, 2011)، که بیان کرده‌اند کاربرد دانش به نوبه خود به خلاقیت و نوآوری در سازمان منجر خواهد شد، از اینرو است که مدیریت دانش غالباً به عنوان منبع و مرجع اصلی نوآوری و خلاقیت شناخته شده است، با یافته‌های پژوهش جاضر نیز همسو می‌باشد.

از اینرو با توجه به این واقعیت که سرمایه اجتماعی منجر به خلاقیت و تسهیم دانش در بین افراد سازمان می‌شود، لازم است که مدیران شرکت‌های بیمه نسبت به مدیریت سرمایه اجتماعی سازمان خود از طریق سنجش، اندازه‌گیری و بهبود سطح آن هوشیار و آگاه بوده تا از این طریق ضمن برخوردار شدن از مزیت رقابتی، بتوانند کارآیی و اثربخشی عملکرد سازمان را افزایش دهند. یکی از راه‌کارهای مهم دیگر، آموزش و ترویج مهارت‌های لازم در راستای توانمندسازی اعضا شرکت‌ها در جهت بهره بردن هرچه بیشتر از سرمایه اجتماعی به خاطر مهم بودن آن می‌باشد.

از آنجاییکه اعتماد در سازمان‌ها از بالا به پایین جریان می یابد و مدیران ارشد، هنجارها و ارزش‌های شرکت را تعیین می‌کنند، اگر مدیران قابل اعتماد باشند، حس اعتماد به سمت پایین رخنه می‌کند و سراسر شرکت را در بر می‌گیرد و از آنجاییکه اعتماد یکی از شرایط لازم برای تبادل دانش است و خود می‌تواند حاصل مبادله دانش باشد در این‌صورت پیشنهاد می‌گردد تا به مباحث اجتماعی در سازمان اهمیت بیشتری قائل شده و حتی با برگزاری دوره‌های آموزشی مختلف که به بالابردن روحیات و اعتماد در افراد کمک می‌کنند، اقدام گردد.

فهرست منابع

پورقاز، عبدالوهاب؛ کاظمی، یحیی؛ محمدی، امین. (۱۳۹۰). بررسی رابطه شیوه های تفکر و ویژگی های شخصیتی کارآفرینی مدیران مدارس. فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال سوم، شماره ۱۱، ص ۸٤-٦۸.

رشیدی، اسماعیل؛ شهرآرای، مهرناز (۱۳۸۷)، بررسی رابطه خلاقیت با منبع کنترل، فصلنامه اندیشه های تازه در علوم تربیتی، سال سوم، شماره سوم، تابستان ۱۳۸۷.

عباس زاده شهری، عباس؛ و رجبلو، روشنک، (۱۳۸۸)، مدیریت دانش محور و کاربرد آن در شرکت های اکتشاف و تولید، اکتشاف و تولید ماهنامه فنی تخصصی شرکت ملی نفت ایران، شماره ٦۱.

مبینی دهکردی، علی؛ دهقان نجم‌آبادی، منصور؛ دهقان نجم‌آبادی، عامر؛ رودری، کاوه؛ هدایتی، اکبر. (۱۳۹۰)، بررسی رابطه بین سبک های تفکر و خلاقیت در بین کارشناسان شرکت خودروسازی زامیاد، پانزدهمین کنفرانس بین‌المللی نفت و گاز و انرژی. تهران.

Amabile, T.M. (1983). The social psychology of creativity. New York:Springer-Verlag New

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

York Incorporated.
Ambrose, M. L. (2002). "Contemporary Justice Research: A new look at a familiar questions", organizational Behavior & human decision processes, Vol. 89, No. 1.
Apfeld, B., Coman, E., Gerring, J., & Jessee, S. (2021). Education and Social Capital. *Journal of Experimental Political Science*, 1-27.
Audretsch, D. B., Belitski, M., Caiazza, R., & Lehmann, E. E. (2020). Knowledge management and entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, *16*(2), 373-385.
Bourdieu, P. (1986). "The forms of capital, Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education", New York: Greenwood Press, pp: 241-258.
Bratianu, C., Stanescu, D. F., & Mocanu, R. (2021). Exploring the Knowledge Management Impact on Business Education. *Sustainability*, *13*(4), 2313.
Brooks, Kit & Nafukho, Fredrick Muyia(2006). Human resource development, social capital, emotional intelligence: Any link to productivity? Journal of European Industrial Training, Vol. 30, No. 2, pp:117-128.
Byrne, B. M. (2001). Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming. Mahwah, NJ: Erlbaum.
Carey, S; Lawson, B; Krause, R. (2011). "Social capital configuration, legal bonds and performance in buyer–supplier relationships", Journal of Operations Management, Vol. 29, No. 4, pp: 277–288.
Chang, H. H; Chuang, S. S. (2011). " Socialcapital and individual motivations on knowledge sharing: Participant involvement as a moderator", information and management, Vol. 48, No. 1, pp: 9-18.
Chang, S. C; Tein, S. W; Lee, H. M. (2010). "SOCIAL CAPITAL, CREATIVITY, AND NEW PRODUCT ADVANTAGE: AN EMPIRICAL STUDY", International Journal of Electronic Business Management, Vol. 8, No. 1, pp. 43-55.
Chen, C. J; Huang, J. W. (2009). " Strategic human resource practices and innovation performance: The mediating role of knowledge management capacity", Journal of Business Research, Vol. 62, pp: 104–114.
Chen, M., Chang, Y., & Hung, S. (2008). "Social Capital and Creativity in R&D Project Teams", R&D Management, Vol. 38, No. 1, pp: 21-34.
Cheng, H. H. (2012). "The Effect of Social Capital on Creativity inInformation Systems Development Projects: The Mediating Effect of Knowledge Integration", World Academy of Science, Engineering and Technology, Vol. 64, pp: 788-793.
Chou, Y. K. (2006) . "Three simple models of social capital and economic growth", The Journal of Socio-Economics, Vol. 35, pp: 889–912.
Cohen, D., & Prusak, L. (2001). *In good company*. Boston, MA: Harvard University Press.
Coleman, J.S. (1998), "Foundations of Social Theory", Cambridge, Harvard University Press.
Daud, S; Yusoff, W. F. (2010). "KNOWLEDGE MANAGEMENT AND FIRM PERFORMANCE IN SMEs: THE ROLE OF SOCIAL CAPITAL AS A MEDIATING VARIABLE", Asian Academy of Management Journal, Vol. 15, No. 2, pp: 135–155.
Dilek, Z. N;Ulku, U. (2008). "A cultural perspective on knowledge management: the success story of Sarkuysan company", VOL. 12, NO. 2, pp. 141-155.
Florida, R., Cushing, R., & Gates, G. (2002), "When social capital stifles innovation", Harvard Business Review, Vol. 80, No. 8, pp: 20-20.
Fugate,B,S, Stank, T, P& Mentzer, J,T. (2009), "Linking improved knowledge management to operational and organizational performance" Journal of Operations Management, Vol. 27, pp: 247–264.
Goyal, Ajay& Ahkilesh, K.B.(2007). Interplay among innovativeness, cognitive intelligence,

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

emotional intelligence and social capital of work teams. Team Performance Management, Vol. 13, No. 7/8, pp: 206-226.
Hitt, M. A; lreland, R. D; Hoskisson, R. E. (2005) "strategic management : competitiveness and globalization concept" . (16-th Edition).Thomas south western publishers
Hulland, J. (1999). 'Use of partial least squares (pls) in strategic management research: A review of four recent studies', Strategic Management Journal, 20(2), pp. 195–204.
Ingold, T., & Hallam, E. (2021). *Creativity and cultural improvisation: An introduction* (pp. 1-24). Routledge.
Jafari, M; Fesharaki, M. N; Akhavan, A. (2007) "establishing an integrated knowledge ,management system in iran aerospace industries organization", journal of knowledge management ,Vol 11,No 1, pp 127-142.
Jimenez, J.D., Valle, R.S., Hernandez, M.E. (2008). "Fostering Innovation: The role of market orientation and organizational learning", European Journal of Innovation Management, Vol. 11, No. 3, pp: 389-412.
Joo, J& Lee,S,M. (2009). "Adoption of the Semantic Web for overcoming technical limitations of knowledge management systems", Journal of Expert Systems with Applications, Vol. 36, pp: 7318–7327.
Jöreskog, K. & Sörbom, D. (1996). Structural Equation Modeling with the SIMPLIS Command Language. Chicago, IL: Scientific Software International, Inc.
Kwall, R. R. (2020). *The Soul of Creativity*. Stanford University Press.
Lazarova, M. & Taylor, S. (2009). " Boundaryless Careers, Social Capital, and Knowledge Management: Implications for Organizational Performance", Journal of Organizational Behavior, Vol. 30, pp: 119-139.
Lopez, N, C; Merono, C. A. (2011). " Strategic knowledge management, innovation and performance", International Journal of Information Management, Vol. 31, pp: 502–509
Makel, M; Plucker, J. (2008). Handbook of Giftedness in Children ; 2008, pp: 247-270.
Merlo, O; Bell, S. J; Mengüç, B; Whitwell, G. J. (2006)." Social capital, customer service orientation and creativity in retail stores", Journal of Business Research, Vol. 59, pp: 1214–1221.
Moran, P. (2005). "Structural versus relational embeddedness: social capital and managerial performance", Strategic Management Journal, Vol. 26, pp: 1129–1151.
Nahapiiet, J., & Ghoshal, S. (1998), "Social capital, Intellectual capital & the organizational advantage"; Academy of management Review, Vol. 23, No. 2, pp: 242-260.
Pandey, S; Sharma, R.R.K (2009). "Organizational Factors for Exploration and Exploitation", J. Technol. Manag. Innov, Volume 4, No. 1, pp: 48-58.
Pishghadam, R; Zabihi, R. (2011), "Social and Cultural Capital in Creativity", Canadian Social Science, Vol. 7, No. 2, pp. 32-38.
Putnam, R. (1995). " Tuning in, tuning out : the strange disappearance of social capital in America", Political Science and Politics.
Reiter-Palmon, R; Illies, J. (2004), "Leadership and creativity: Understanding leadership from a creative problem-solving perspective", Jornal of the Leadership Quarterly, Vol. 15 ,pp: 55–77.
Shiell, A., Hawe, P., & Kavanagh, S. (2020). Evidence suggests a need to rethink social capital and social capital interventions. *Social science & medicine*, *257*, 111930.
Shin, Angela -yih Chen(2009). The effect of organizational change on Team creativity,job satisfaction, organizational commitment, and work performance, ASBBS Annual Conference: Las Vegas, Vo:16 No: 1.
Sturbuck , J . C .(1995). "Learning by knowledge intensive firms", Journal of management studies, Vol . 29, pp: 713 -740.
Walczak, S. (2005),"organizational knowledge management structure". journal of the learning

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

organization ,Vo1. 12, No. 4 , pp: 330-337
Zhang, Q; Hung, G. F. (2006). "China's social capital and financial performance of private enterprises", Journal of Small Business and Enterprise Development, Vol. 13, No. 2, pp: 198-207.

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]