

ترسیم مدل ساختاری برای تبیین تأثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت کارکنان با تأکید بر نقش مدیریت دانش

ابوطالب مطلبی ورکانی^{۱*}، ساناز مظاهری^۲، علیرضا عالی پور^۳

۱. استادیار، گروه مدیریت آموزشی، دانشکده مدیریت، دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره)، نوشهر، ایران
۲. دکتری مدیریت آموزشی، باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی، رودهن، ایران
۳. استادیار، گروه مدیریت آموزشی، دانشکده مدیریت، دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره)، نوشهر، ایران
(تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۵/۰۹؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۸/۱۲)

چکیده

هدف پژوهش حاضر ترسیم مدل ساختاری برای تبیین تأثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت کارکنان با توجه به نقش میانجی مدیریت دانش بود. پژوهش بر مبنای هدف از نوع کاربردی و از نظر روش، توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شامل ۲۳۳ نفر از کارکنان دانشگاه الزهراء بود که ۱۴۶ نفر به عنوان نمونه در نظر گرفته شد. برای گردآوری داده‌ها سه پرسشنامه استاندارد سرمایه اجتماعی چنگ و چانگ (۲۰۱۱)، مدیریت دانش داروچ (۲۰۰۳) و خلاقیت تورنس (۱۹۵۹) به کار گرفته شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با نرم افزار Amos20 انجام گرفت. یافته‌ها نشان داد سرمایه اجتماعی بر خلاقیت و مدیریت دانش کارکنان دانشگاه الزهراء تأثیر مثبت می‌گذارد، و مدیریت دانش نیز بر خلاقیت تأثیر مثبت می‌گذارد؛ همچنین، در تأثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت کارکنان دانشگاه الزهراء مدیریت دانش نقش میانجی دارد. با توجه به یافته‌های پژوهش، می‌توان گفت با افزایش اعتماد و روابط بین فردی، همچنین، تسهیم دانش در دانشگاه الزهراء می‌تواند بر خلاقیت کارکنان افزود. در پایان، مدل ساختاری تأثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت کارکنان با نقش میانجی مدیریت دانش ارائه شده است.

کلیدواژگان

خلاقیت، سرمایه اجتماعی، مدیریت دانش.

* نویسنده مسئول، رایانامه: abu.m5656@yahoo.com

مقدمه

امروزه، در کنار سرمایه‌های انسانی، مالی و اقتصادی، سرمایه دیگری به نام سرمایه اجتماعی مورد توجه قرار گرفته است. این مفهوم به پیوندها و ارتباطات میان اعضای یک شبکه به عنوان منبع با ارزش اشاره می‌کند که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل، موجب تحقق اهداف اعضا می‌شود (امینی و همکاران، ۱۳۹۶). به طور سنتی، وجود سه نوع سرمایه طبیعی، فیزیکی و انسانی در کنار یکدیگر، مبنایی برای توسعه و عملکرد اقتصادی فرض شده است؛ 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 & Hung, 2006). ارزش سرمایه اجتماعی برای کارکنان به‌ویژه کارکنان دانشی، برگرفته از این حقیقت است که سرمایه اجتماعی منبع اصلی قدرت برای فرد و دانشگاه‌ها است و از ویژگی انتقال‌ناپذیری برخوردار است. یعنی نمی‌توان سرمایه اجتماعی فرد را به‌طور مستقیم به دیگری انتقال داد. یک فرد نمی‌تواند شبکه روابط توسعه‌یافته خود را به دیگری بفروشد یا انتقال دهد زیرا امکان دارد طرف‌های مقابل در ارتباطات، این انتقال را رد کنند. فرد می‌تواند به ایجاد شبکه ارتباطات فردی کمک کند، ولی انتقال مستقیم ارتباطات فردی غیرممکن است. کارکنان دانشی دریافته‌اند که ایجاد شبکه‌های ارتباطات متنوع و وسیع، نقشی مهم در توانایی و قابلیت آن‌ها در زایش دانش در کمک به موفقیت سازمانی دارد (عالی‌پور و مطلبی، ۱۳۹۵، ص ۲۸۰).

به دلیل تغییرات روزافزون و پرشتاب جوامع بشری و نقش کلیدی آموزش در تربیت نسل خلاق به‌منظور توان روبه‌روشدن با این تغییرات، اهمیت و ضرورت خلاقیت و عوامل مؤثر بر آن در محیط‌های آموزشی بیش از هر زمان دیگری در جهان امروزی آشکار شده است. خلاقیت و نوآوری از مهم‌ترین اهداف نظام آموزشی و جزء مهم‌ترین رسالت سازمان‌های آموزشی است، در توسعه و تقویت خلاقیت در سازمان‌های آموزشی، بیش از همه، عامل مدیریت خلاق و نوآور یا اعضای مدیریتی خلاق و نوآور، مؤثر و اثرگذار است؛ زیرا نگرش و اعتقاد مدیران آموزشی به خلاقیت و نوآوری در خود و سازمان می‌تواند محیط آموزشی را به کانون تغییرات و نوآوری مبدل کند، بنابراین، اگر اعضای مدیریتی دانشگاه‌ها در کنار مهارت‌های مدیریتی از خلاقیت و

نوآوری نیز برخوردار باشند، زمینه‌های ایجاد و رشد در دانشگاه فراهم می‌شود (Sam, 2017). (Khani).

افزایش رقابت جهانی، که با تغییرات سریع فناوری و کوتاه‌شدن چرخه عمر محصول پیوند خورده است، سازمان‌ها را نسبت به زمان گذشته آسیب‌پذیرتر کرده است. بنابراین، این تغییرات باعث شده است سازمان‌ها توجهی بیشتری به مسئله خلاقیت داشته باشند (مبینی و همکاران، ۱۳۹۰). چالش‌های جهانی رو به افزایش است، بنابراین، اهمیت تفکر باز، تفکر «خارج از جعبه» و توانایی را برجسته می‌کند؛ برای مشاهده یک وضعیت از دیدگاه‌های مختلف. ادغام انواع مختلف دانش و کاربرد خلاق روش‌ها در یک دامنه حرفه‌ای در حال تبدیل شدن به مهارتی مهم در سال‌های اخیر شده است (Leisian & Tatiana, 2015). کارکنان آموزش‌دیده و تحصیل کرده نیازمند محیطی اند که به آن‌ها انگیزه رشد و توسعه، و انگیزه‌ای که به آن‌ها فرصت دهد تا به دنبال ایده‌های جدید و خلاقانه بروند. چنین محیطی تنها از راه سرمایه‌گذاری روی سرمایه اجتماعی محقق خواهد شد (Brooks & Nafukho, 2006). فلوریدا^۱ 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 فعالیت‌های نوآورانه در بین افراد گسترش یابد». 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 طرفی، جنبه‌های رشد اقتصادی در یک منطقه نیازمند کلاس‌های خلاق است؛ به عبارتی اعضای خلاق سرمایه خلاقانه هستند و کلاس‌های خلاق بخش بزرگی از فعالیت‌های اقتصادی را انجام می‌دهند (Amitrajeet & Hamid, 2018).

پژوهش‌های پیشین عموماً تأکید کردند خلاقیت به افراد خاصی تعلق دارد و نمی‌توان بر

1. Florida

خصوصیاتی که افراد خلاق را از بقیه متمایز می‌کند، تأثیر گذاشت. اما با گذشت زمان پژوهشگران پی بردند ویژگی‌هایی که باعث بروز خلاقیت می‌شود در همه افراد به چشم می‌خورد (Grabner, 2018). پژوهش‌ها ذاتی بودن این ویژگی‌ها را تأیید نکرده است؛ پس می‌توان با شناخت، پرورش و تقویت آن‌ها زمینه بروز خلاقیت را فراهم کرد. رانکو (۲۰۱۷)، بیان می‌کند خلاق ایجاد ارتباط بین ایده‌های نو و دانش جدید است، آنچه امروزه دانش نامیده می‌شود، تجارب، مهارت‌ها و اطلاعات است؛ اما در آینده فرایندهای خلاق دانش نامیده می‌شوند و خلاقیت افراد به وسیله چگونگی به‌کارگیری دانش اندازه‌گیری می‌شود.

خلاقیت در جهت تولید یک اندیشه و فکر جدید است، به عبارت دیگر، خلاقیت به قدرت ایجاد اندیشه‌های نو اشاره می‌کند (آقائی فیشانی، ۱۳۹۴). از آنجا که خلاقیت هر فرد را مهم‌ترین سلاح او در برابر فشارهای روحی ناشی از زندگی و کار روزانه و امور فوق‌العاده دانسته‌اند و حس وفاداری، وظیفه‌شناسی و تعهد نسبت به سازمان را در مسیر شغلی ایجاد و تقویت می‌کند و کارکنان را به کار و کوشش بیشتر برمی‌انگیزد و اشتیاق بیشتر فرد را به‌عنوان یک همکار برای پاسخگویی به خواسته‌ها که از شغل او دارند، ایجاد می‌کنند. به‌طور کلی، برنامه‌ریزی در همه سطوح مدیریت دانشگاه، مستلزم داشتن اندیشه خلاق، ارائه ابتکارات جدید، ورزیدگی و مهارت در به‌کارگرفتن منابع و عوامل متعدد است (قائدی و قورچیان، ۱۳۹۲). بنابراین، مدیریت دانش به‌عنوان یک واسطه یا میانجی می‌تواند نقش مؤثری در تبدیل سرمایه اجتماعی به خلاقیت داشته باشد.

جست‌وجوی سازمان‌ها در مناطق اقتصادی برای دانش جدید، می‌تواند به‌عنوان بخشی از فرایند تطابق سازمان با محیط خارجی در نظر گرفته شود که این تطابق به‌منظور بقا و رقابتی‌تر شدن سازمان صورت می‌گیرد و مدیریت صحیح سرمایه اجتماعی کسب‌شده در قالب مدیریت دانش می‌تواند به خلاقیت بیشتر در بین کارکنان منجر شود (Fugate et al., 2009). بسیاری از خبرگان معتقدند که سرمایه اجتماعی برای همکاری خلاقانه بین کارکنان ارتباط ایجاد می‌کند. خلاقیت و قابلیت اطمینان مخالف یکدیگرند؛ با این حال، هر دو برای حفظ رقابت یک

سازمان ضروری‌اند. فیکرت (۲۰۱۸) در مطالعه‌ای تعامل سرمایه اجتماعی با خلاقیت سازمانی و قابلیت اطمینان را بررسی می‌کنند. در این مطالعه تجربی، یافته‌ها نشان داد سرمایه اجتماعی بر خلاقیت سازمانی و قابلیت‌های سازمانی تأثیر می‌گذارد (Fikret, 2018). در جامعه آماری پژوهش حاضر که شامل کارکنان دانشگاه الزهرا است، بررسی روابط و تأثیر بین متغیرها با اهمیت است، زیرا دانشگاه الزهرا بنا بر نوع پذیرش دانشجو و اینکه تنها دانشجویان دختر را پذیرش می‌کند، تفاوت‌های عمده‌ای با سایر دانشگاه‌های کشور دارد که منجر می‌شود سازوکار ارتباطی بین متغیرها بنا بر نوع جامعه آماری که همگی زن می‌باشند، متفاوت باشد. اگر چه تاکنون تحقیقات زیادی در زمینه سرمایه اجتماعی و خلاقیت انجام گرفته است، اما تحقیقی که به ترسیم مدل ساختاری برای تبیین تأثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت کارکنان با توجه به نقش مدیریت دانش در دانشگاه الزهرا بپردازد، انجام نگرفته است و این پرسش در مقاله حاضر مطرح است که تأثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت کارکنان با توجه به نقش مدیریت دانش چگونه است؟ و مدل ساختاری برای تبیین تأثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت کارکنان کدام است؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

سرمایه اجتماعی عبارت است از ویژگی‌های حیات اجتماعی، هنجارها و اعتماد؛ که مشارکت‌کنندگان را قادر می‌کند تا با یکدیگر همکاری کنند و به صورت مؤثرتر و کارا تر اهداف مشترکشان را محقق کنند (Chou, 2006). درباره ابعاد سرمایه اجتماعی پژوهش‌های بی‌شماری انجام گرفته است که جنبه‌های سرمایه اجتماعی را شامل ساختاری، شناختی و ارتباطی معرفی کرده است و هر یک از این ابعاد را در زیرگروه‌هایی جای داده‌اند:

۱. **بعد ساختاری:** الف) پیوندهای موجود در شبکه: شامل وسعت و شدت ارتباطات موجود در شبکه؛ ب) شکل و ترکیب شبکه: شامل سلسله‌مراتب شبکه، میزان ارتباط‌پذیری و تراکم شبکه؛ ج) تناسب سازمانی: تا چه اندازه شبکه ایجاد شده برای یک هدف خاص ممکن است برای اهداف دیگر استفاده شود (Carey et al., 2011).

۲. **بعد شناختی:** الف) زبان و علائم مشترک؛ ب) روایت‌های مشترک.

۳. بعد ارتباطی: الف) اعتماد؛ ب) هنجارها؛ ج) تعهدات و روابط متقابل؛ د) تعیین هویت مشترک (جوان پور و همکاران، ۱۳۹۶).

برخی صاحب نظران معتقدند سرمایه اجتماعی در ارتباط با اشتراک گذاری دانش و مدیریت دانش است. نتایج نظرسنجی ها نشان داده است میزان اشتراک دانش و سرمایه اجتماعی در حال افزایش است و ابعاد ساختاری، شناختی و ارتباطی سرمایه اجتماعی باعث تقویت اشتراک گذاری دانش می شود و از مدیریت دانش حمایت می کند (Angelika et al., 2018). از طرف دیگر، استرنبرگ و لوبارت^۱ (۱۹۹۹) خلاقیت را توانایی در ایجاد کارهایی که هم جدید (مثل ابتکاری، غیرمنتظره)، و هم مناسب (مثل سودمندی، وفق پذیری درباره محدودیت های وظیفه ای) باشد، تعریف می کنند. کلماتی که با این تعریف مرتبط اند، شامل ایده، اختراع و پیشرفت است. در تعریفی دیگر، خلاقیت، تعامل میان استعداد، فرایند و محیط است که به وسیله آن فرد یا گروه، محصولی را که هم جدید و هم مفید باشد، تولید می کنند (Makel & Plucker, 2008). عوامل گوناگونی در ایجاد محصولات خلاق، در هر دو سطح فردی و سازمانی نقش دارند. در سطح فردی معمولاً سه مؤلفه کلیدی از تولید خلاق حمایت می کند: مهارت ها، فرایندهای مرتبط با خلاقیت و انگیزش کار. مهارت ها به دانش و مهارت اشاره می کند. فرایندهای مرتبط با خلاقیت شامل سبک های شناختی، راهبردهای شناختی، همچنین، متغیرهای شخصیتی و انگیزه کار شامل نگرش ها و انگیزش است. در سطح سازمانی نیز ویژگی های محیط کار مد نظر قرار می گیرد (Reiter et al., 2004). سبک رهبری، سیستم پاداش، منابع سازمانی (پورطهماسبی و همکاران، ۱۳۸۹)، سرمایه اجتماعی سازمانی (Chen et al., 2008)، و جو سازمانی (Shin, 2009)، ساختار سازمانی (Pandey, 2009) از عوامل تأثیرگذار سازمانی مؤثر بر خلاقیت هستند. رفتار خلاقانه، تولید ایده های جدید و مفید برای هر سازمانی است و می تواند رفتارهای نوآورانه ای را به وجود آورد. از طرفی، سرمایه اجتماعی شامل شبکه اعتماد و همکاری است؛ این همکاری و اشتراک اطلاعات برای خلاقیت و نوآوری یک ضروری است (Maria, 2018).

1. Sternberg & Lubart

از طرفی، 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 است و شاید بتوان گفت پایه و ریشه همه مزیت‌های رقابتی به‌شمار می‌رود (Hitt et al., 2005; Daud & Yusoff, 2010). دانش یکی از دارایی‌های کلیدی است که باید به‌درستی مدیریت شود. بسیاری محققان و نظریه‌پردازان بر ارزش مدیریت دانش تأکید دارند (Joanna, 2017). مدیریت دانش به فرایند شناسایی، انتخاب، سازماندهی، تلخیص و دسته‌بندی اطلاعات ضروری برای کسب‌وکار شرکت اشاره دارد؛ به‌طوری عملکرد کارکنان و مزیت رقابتی شرکت را بهبود بخشد (Dilek & Ars, 2008). شاید مناسب‌ترین تعریف که مشترکات سایر تعریف‌ها نیز باشد، تعریف سازمان ناسا^۱ است که مدیریت دانش را در دسترس قراردادن دانش مرتبط در زمان مقتضی برای نیازمندان به آن دانش تعریف کرده است (Jafari et al., 2007). سرمایه اجتماعی مفهومی اساسی و بنیادی در درک خلاقیت، نوآوری و ایجاد رفتارهای کارآفرینانه و همچنین، پویایی‌های سازمانی به‌شمار می‌آید، زیرا فرایند خلاقیت، نوآوری، یادگیری تیمی را تحت تأثیر قرار می‌دهد و آن‌ها را تسهیل می‌کند (Goyal & Akhilesh, 2007). سرمایه اجتماعی به‌عنوان پدیده‌ای اجتماعی، باعث بروز خلاقیت، ایده‌پروری، تسهیل رفتارهای نوآورانه و ریسک‌پذیری می‌شود (Coleman, 1998).

پیشینه پژوهش

نوروزی و همکاران (۱۳۹۷)، در پژوهشی با عنوان «ارتباط بین رهبری تحول‌آفرین، خلاقیت سازمانی، مدیریت دانش و عملکرد سازمانی» دریافتند رهبران تحول‌آفرین می‌توانند تأثیر بسزایی در نوآوری سازمانی داشته باشند. همچنین، این رهبران می‌توانند از طریق دانش و افزایش سطح آن در سطح سازمان بر عملکرد سازمانی نیز تأثیر گذارند و آن را افزایش دهند.

1. NASA

ایمان و همکاران (۱۳۹۶)، در پژوهشی با عنوان «بررسی و تبیین رابطه بین خلاقیت و سرمایه اجتماعی در بین جوانان شهر شیراز» دریافتند هر اندازه افراد خلاقیت بیشتری داشته باشند، سرمایه اجتماعی در بین آنان بیشتر خواهد بود. البته شایان ذکر است نمره سرمایه اجتماعی در این پژوهش، بیشتر مربوط به ارتباطات و روابط خویشاوندی است که این مسئله مؤید ریشه‌های سنتی سرمایه اجتماعی در بین جوانان است.

سپهوند و همکاران (۱۳۹۳)، در پژوهشی با عنوان «کشف رابطه بین مدیریت دانش و خلاقیت سازمانی» دریافتند که همبستگی بالای بین خلاقیت سازمانی و مدیریت دانش وجود دارد. همچنین، در میان عناصر مدیریت دانش، گزارش دانش بالاترین اهمیت و در میان عناصر خلاقیت سازمانی حمایت مدیران بالاترین اهمیت را در این رابطه دارد.

پژوهش عباس‌زاده و مقتدایی (۱۳۹۲) با موضوع بررسی جامعه‌شناسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر دانش‌آفرینی با روش پژوهش پیمایشی و جامعه آماری کل اعضای هیئت علمی دانشگاه اصفهان انجام گرفت. نتایج پژوهش آنان نشان داد بین دانش‌آفرینی و سرمایه اجتماعی رابطه معناداری وجود داشته است.

امانی (۱۳۹۰)، طی پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه مدیریت دانش و یادگیری سازمانی با خلاقیت و نوآوری سازمانی مدیران مدارس مناطق ۴ و ۹ شهر تهران» دریافت مدیریت دانش و ابعاد آن و یادگیری سازمانی و ابعاد آن، رابطه مثبت و معنادار در سطح ۰/۰۱ با متغیرهای خلاقیت و نوآوری سازمانی دارند.

سوز بیلیر (۲۰۱۸)، پژوهشی با عنوان «رابطه بین سرمایه اجتماعی، خلاقیت و اثربخشی سازمانی» انجام داد. این پژوهش از نوع توصیفی-همبستگی بوده و نتایج آن نشان داد سرمایه اجتماعی با خلاقیت کارکنان رابطه دارد. همچنین، سرمایه اجتماعی با اثربخشی سازمانی نیز رابطه معناداری دارد.

لیو (۲۰۱۸)، پژوهشی با عنوان «توسعه خلاقیت در بین دانشجویان رشته گردشگری از طریق سرمایه اجتماعی» انجام داد. این پژوهش از نوع توصیفی-همبستگی بود و نتایج آن نشان داد سرمایه اجتماعی بر توسعه خلاقیت دانشجویان رشته گردشگری تأثیر معناداری دارد.

لیانگ و همکاران (۲۰۱۷)، پژوهشی با عنوان «ویژگی‌های شخصیتی، سرمایه اجتماعی و خلاقیت» انجام دادند. این پژوهش از نوع توصیفی-پیمایشی بود و نتایج آن نشان داد توجه به ویژگی‌های شخصیتی می‌تواند بر خلاقیت کارکنان تأثیر گذارد. همچنین، سرمایه اجتماعی بر خلاقیت کارکنان تأثیر معناداری دارد.

مرلو و همکاران (۲۰۰۶) در پژوهش خود با عنوان سرمایه اجتماعی، گرایش به خدمات مشتری و خلاقیت در آن‌ها، بیان کرده‌اند 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 خلاقیت‌های آن‌ها افزایش یابد. عوامل متعدد و بی‌شماری در موفقیت استقرار مدیریت دانش در سازمان نقش دارند، یکی از این عوامل سرمایه اجتماعی است.

تحقیقات کوهن و پروساک (۲۰۰۱) نشان می‌دهد سرمایه اجتماعی باعث به اشتراک گذاشتن بهتر دانش، ابقای دانش سازمانی، ایجاد روابط مبتنی بر اعتماد، ایجاد روح تعاون (درون سازمان، بین سازمان و مشتریان و شرکا)، کمک به آموزش افزایش فعالیت‌های مرتبط با ثبات سازمان و درک مشترک می‌شود.

با توجه به موارد یادشده در مبانی نظری و پیشینه پژوهش، فرضیه‌ها و مدل مفهومی پژوهش به شرح زیر تدوین شد:

فرضیه ۱: سرمایه اجتماعی بر خلاقیت افراد درون سازمان تأثیر مثبت می‌گذارد.

فرضیه ۲: سرمایه اجتماعی بر مدیریت دانش درون سازمان تأثیر مثبت می‌گذارد.

فرضیه ۳: مدیریت دانش بر خلاقیت افراد درون سازمان تأثیر مثبت می‌گذارد.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

روش پژوهش

با توجه به اینکه پژوهش حاضر به دنبال طراحی مدل ساختاری برای تبیین تأثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت کارکنان با توجه به نقش میانجی مدیریت دانش بوده است، روش پژوهش برحسب زمان وقوع پدیده، گذشته‌نگر؛ برحسب نتیجه، تصمیم‌گرا؛ بر حسب هدف، کاربردی؛ برحسب زمان اجرای پژوهش، مقطعی، برحسب نوع داده، کمی، برحسب روش گردآوری داده‌ها یا ماهیت و روش پژوهش از نوع توصیفی-همبستگی است.

جامعه آماری پژوهش شامل ۲۳۳ نفر از کارکنان شاغل در دانشگاه الزهرا بود. از این میان، با به‌کارگیری فرمول کوکران و روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای (طبقات شامل واحدهای مختلف دانشگاه الزهرا شامل اعضای هیئت علمی، کارکنان بخش اداری، آموزشی و خدماتی)، تعداد ۱۴۶ نفر به‌عنوان نمونه در نظر گرفته شد.

برای گردآوری اطلاعات روش کتابخانه‌ای و میدانی به‌کار گرفته شد. پرسشنامه‌های پژوهش شامل سه پرسشنامه استاندارد سرمایه اجتماعی چنگ و چانگ^۱ (۲۰۱۱) با ۱۹ گویه، مدیریت دانش داروچ^۲ (۲۰۰۳) با ۵۹ گویه و پرسشنامه خلاقیت تورنس^۳ (۱۹۵۹) با ۶۰ گویه با مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت (خیلی کم = ۱، کم = ۲، تا حدودی = ۳، زیاد = ۴ و خیلی زیاد = ۵) بود. به‌منظور تعیین روایی پرسشنامه روایی ظاهری^۴، محتوایی^۵ و سازه^۶ بررسی شد. روایی ظاهری پرسشنامه‌ها قبل از توزیع، توسط برخی خبرگان دانشگاهی و سازمانی (مسئولان دانشگاه الزهرا) به دور از اشکالات ویرایشی، شکلی، املائی و بررسی شد. در روایی محتوایی در قالب یک روش دلفی و با کمک فرم‌های CVR و CVI و به کمک ده نفر از خبرگان شامل اعضای مصاحبه‌شونده، خبرگان دانشگاهی و سازمانی، دانشجویان دکتری متخصص در این حوزه، چند نفر از آزمودنی‌ها

1. Chang & Chuang
2. Newman & Conrad
3. Torrance
4. Faced Validity
5. Content Validity
6. Construct Validity

و .. محتوای پرسشنامه از نظر پرسش‌های اضافی یا اصلاح پرسش‌ها بررسی شد. فرم CVI نشان داد همه پرسش‌های متغیرهای رهبری سرمایه اجتماعی، مدیریت دانش و خلاقیت از نظر ساده‌بودن، واضح‌بودن و مربوط‌بودن از وضعیت مناسبی برخوردارند (میزان این ضریب برای هر یک از پرسش‌ها بالاتر از ۰/۷۹ بود)؛ همچنین، با توجه به اینکه مقدار CVR برای همه پرسش‌ها بیش از ۰/۶۲ به دست آمد، هیچ پرسشی نیاز به حذف شدن نداشت. درباره روایی سازه نیز از دو نوع روایی همگرا و واگرا بررسی شد. بررسی روایی همگرا، یافته‌ها نشان داد ضرایب معناداری همه بارهای عاملی بزرگتر از ۲/۵۸ بود (آماره تی) یعنی همه بارهای عاملی با اطمینان ۹۹ درصد معنادار بود؛ مقادیر همه بارهای عاملی نیز بالای ۰/۵ بود. میانگین واریانس استخراج‌شده^۱ همه مؤلفه‌ها بیشتر از ۰/۵ بود و همین‌طور پایایی ترکیبی همه مؤلفه‌ها بزرگتر از میانگین واریانس استخراج‌شده آن بود؛ بنابراین، می‌توان گفت روایی همگرای سازه‌های مدل تأیید شد. در بررسی روایی واگرا نیز آزمون فورنل و لارکر و آزمون بار عرضی^۲ به کار گرفته شد. در آزمون فارنل و لارکر یافته‌ها نشان داد، جذر میانگین واریانس استخراج‌شده هر متغیر پنهان بیشتر از حداکثر همبستگی آن متغیر با دیگر متغیرهای پنهان مدل بود؛ همچنین، نتایج آزمون بار عرضی نشان داد، بارهای عاملی هر یک از متغیرهای پژوهش بیشتر از بارهای عاملی مشاهده‌پذیرهای دیگر مدل‌های اندازه‌گیری موجود در مدل بود و از طرف دیگر، بار عاملی هر متغیر مشاهده‌پذیر بر روی متغیر پنهان متناظرش حداقل ۰/۱ بیشتر از بارهای عاملی همان متغیر مشاهده‌پذیر بر متغیرهای پنهان دیگر بود. بنابراین، نتایج این دو آزمون بیانگر روایی واگرا بود.

پایایی پرسشنامه‌ها از طریق ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی محاسبه شد. مقادیر این دو ضریب برای هر سه سازه پژوهش بالای ۰/۷ به دست آمد که نشان‌دهنده پایابودن ابزار اندازه‌گیری بود. البته شایان ذکر است پایایی و روایی هر سه ابزار توسط پژوهش‌های پیشین تأیید شده است. اطلاعات پرسشنامه، ضرایب پایایی و روایی در جدول ۱ مشاهده است.

1. Average Variance Extracted
2. Cross Loadings

جدول ۱. اطلاعات پرسشنامه و محاسبه ویژگی‌های روان‌سنجی ابزار

مدیریت دانش	سرمایه اجتماعی	اخلاقیت	ASV	MSV	AVE	CR	آلفای کرونباخ	تعداد گویه‌ها	منبع	بعد
---	---	---	۰/۷۱۴	۰/۳۲۰	۰/۴۵۶	۰/۵۱	۰/۸۳۵	۲۰	باس و اولیو (۲۰۰۰)	سرمایه اجتماعی
---	---	---	۰/۷۸۳	۰/۴۲۱	۰/۱۶۹	۰/۵۲	۰/۸۱۳	۶۳	دنيسون (۲۰۰۰)	اخلاقیت
۰/۷۴۹	۰/۳۸۱	۰/۶۸۲	۰/۲۴۸	۰/۴۵۶	۰/۵۲	۰/۸۱۲	۰/۸۵۸	۶۶	براون و گرین (۲۰۰۶)	مدیریت دانش

با توجه به جدول ۱، پایایی سازه‌ها، روایی واگرا و روایی همگرا تأیید شد.

یافته‌های پژوهش

برای تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش در بخش توصیفی از میانگین، انحراف معیار، جدول‌ها و نمودار با نرم‌افزار SPSS21 و در بخش استنباطی آزمون‌های همبستگی، تی‌تک‌نمونه‌ای و مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار Amos20 انجام گرفت.

در جدول ۲ اطلاعات جمعیت‌شناختی و همین‌طور توصیف متغیرهای پژوهش از منظر شاخص‌های گرایش به مرکز، شاخص‌های پراکندگی و شاخص‌های شکل توزیع بیان شده است.

جدول ۲. اطلاعات جمعیت‌شناختی و متغیرهای پژوهش

متغیر	طبقه	فراوانی	درصد	متغیر	طبقه	فراوانی	درصد
تحصیلات	دیپلم و فوق‌دیپلم	۱۷	۱۱/۶	سن	کمتر از ۵ سال	۳۲	۲۱/۹
	لیسانس	۸۰	۵۴/۸		۵ تا ۱۰ سال	۲۷	۱۸/۵
	فوق‌لیسانس و بالاتر	۴۹	۳۳/۶		۱۱ تا ۱۵ سال	۳۵	۲۴
متغیر	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی	بیش از ۱۵ سال	۵۲	۳۵/۶
	۳/۶۶	۰/۷۸۱	-۰/۷۸	۰/۴۶۱	کمتر از ۳۵	۴۰	۲۷/۴
	۳/۷۷	۰/۷۲۰	-۱/۷۳	۲/۵۱	۳۵ تا ۴۵	۴۵	۳۰/۸
سرمایه اجتماعی					بیش از ۴۵	۶۱	۴۱/۸
مدیریت دانش					مرد	۱۱۴	۷۸
اخلاقیت					زن	۳۲	۲۲

یافته‌های جدول ۲ نشان می‌دهد، کشیدگی در همه مؤلفه‌ها بین ۵ و ۵- است؛ یعنی توزیع داده‌ها از این جنبه نرمال بوده و شکل توزیع خیلی تخت یا بلند نمی‌باشد؛ همین‌طور چولگی در همه مؤلفه‌ها بین ۳ و ۳-، حتی بین ۲ و ۲- قرار دارد، یعنی توزیع داده‌ها از این جنبه نرمال است و می‌توان گفت شکل توزیع چولگی مثبت یا منفی ندارد. در نهایت، می‌توان نتیجه گرفت شکل توزیع داده‌ها برای همه مؤلفه‌ها نرمال است و می‌توان آزمون‌های پارامتریک نظیر همبستگی پیرسون، آزمون تی تک‌نمونه‌ای و ... برای بررسی فرضیه‌ها به‌کار گرفت.

با توجه به اینکه توزیع داده‌ها نرمال و مقیاس فاصله‌ای بود، برای بررسی وضعیت موجود متغیرها از آزمون تی تک‌نمونه‌ای و همچنین، برای بررسی روابط بین متغیرها آزمون همبستگی پیرسون به‌کار گرفته شد. در جدول ۳ وضعیت موجود متغیرها و همبستگی بین آن‌ها بیان شده است.

جدول ۳. وضعیت موجود متغیرها و همبستگی بین آن‌ها

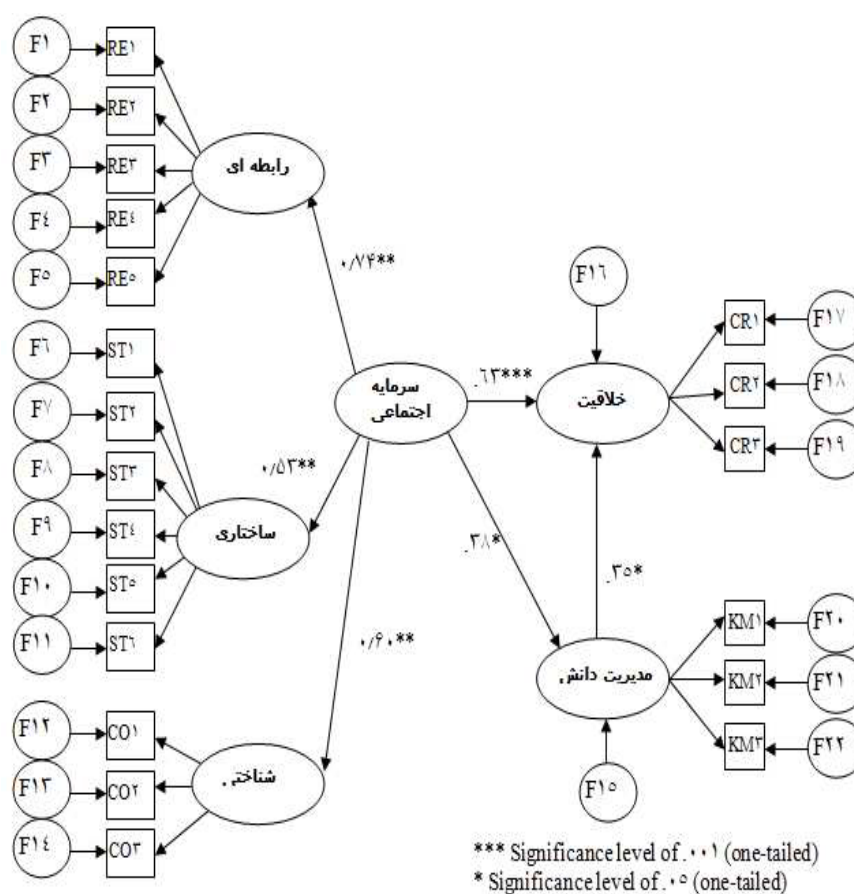
بعد	عدد معناداری	حد پایین	حد بالا	وضعیت	۱	۲	۳
۱. سرمایه اجتماعی	۰/۰۰۱	۰/۱۲۹۳	۰/۴۸۶۵	مناسب	----	۰/۵۴	۰/۴۸
۲. مدیریت دانش	۰/۰۰۱	۰/۴۷۷۵	۰/۸۲۲۲	مناسب	۰/۵۴	-----	۰/۵۰
۳. خلاقیت	۰/۰۰۱	۰/۱۲۲۹	۰/۲۳۷۴	مناسب	۰/۴۸	۰/۵۰	-----

همان‌طور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود نتایج تحلیل همبستگی نشان داد هر سه متغیر رابطه مثبت و معناداری با یکدیگر دارند ($P < ۰/۰۱$). از طرف دیگر، نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد هر سه بعد در وضعیت مناسبی قرار دارند.

قبل از آزمون فرضیه‌ها و مدل‌های مفهومی پژوهش باید صحت مدل‌های اندازه‌گیری متغیر مستقل (سرمایه اجتماعی)، متغیر میانجی (مدیریت دانش) و متغیر وابسته (خلاقیت) اطمینان حاصل شود. نتایج تحلیل عاملی تأییدی ابعاد سرمایه اجتماعی، مدیریت دانش و خلاقیت نشان داد همه مدل‌های اندازه‌گیری مناسب و همه اعداد و پارامترهای مدل معنادار است (بارهای عاملی همه شاخص‌ها بالاتر از ۰/۵ و ضرایب معناداری تی برای همه شاخص‌ها بالاتر از ۲/۵۸ بود). همچنین، شاخص‌های تناسب مدل اندازه‌گیری نشان‌دهنده مناسب بودن همه مدل‌های اندازه‌گیری است.

بررسی مدل‌های ساختاری پژوهش

پس از آزمون مدل‌های اندازه‌گیری اکنون باید مدل ساختاری که نشان‌دهنده ارتباط بین متغیرهای مکنون پژوهش است، ترسیم شود. با مدل ساختاری می‌توان فرضیه‌های پژوهش را بررسی کرد. در شکل ۲ مدل پژوهش در حالت ضرایب استاندارد به منظور تأثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت با نقش میانجی مدیریت دانش بیان شده است:



Chi-Square = ۱۱۳.۶۴, df=۴۲, P-value=۰.۰۱۱۰۰, RMSEA=۰.۰۵۱

شکل ۲. مدل ساختاری پژوهش در حالت تخمین ضرایب استاندارد

براساس نتایج، رابطه بین سرمایه اجتماعی همراه با ابعاد آن و خلاقیت کارکنان معنادار (ضرایب معناداری بزرگتر از ۲/۵۸) و مستقیم است؛ بدین معنا که سرمایه اجتماعی بر خلاقیت کارکنان تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین، تأثیر سرمایه اجتماعی بر مدیریت دانش و مدیریت دانش بر خلاقیت نیز مثبت و معنادار است. تأیید این مطالب، نقش میانجی مدیریت دانش در رابطه بین سرمایه اجتماعی و خلاقیت کارکنان را تأیید می‌کند.

جدول ۴. نتایج آزمون مدل پژوهش

ردیف	فرضیه	ضرایب استاندارد شده	آماره تی	ضریب تعیین	نتیجه
۱	تأثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت	۰/۶۳	۳/۴۹	۰/۲۳	پذیرش
۲	تأثیر سرمایه اجتماعی بر مدیریت دانش	۰/۳۸	۸/۵۰	۰/۲۹	پذیرش
۳	تأثیر مدیریت دانش بر خلاقیت	۰/۳۵	۳/۶۶	۰/۲۵	پذیرش

براساس جدول ۴، می‌توان نوع و میزان اثر هر یک از متغیرهای پژوهش را در کارکنان دانشگاه الزهرا مشاهده کرد که بر این اساس، همه فرضیه‌های پژوهش در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار هستند. همچنین، نتایج نشان داد ۴۱ درصد از تغییرات متغیر خلاقیت براساس واریانس مشترک با مدیریت دانش و سرمایه اجتماعی تبیین می‌شود.

برای بررسی میزان تأثیر مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر وابسته باید آثار کل، مستقیم و غیرمستقیم برای متغیر درون‌زای مدل بیان شود که این اثرات در جدول ۵ بیان شده است.

جدول ۵. تفکیک اثرات، مستقیم، غیرمستقیم و کل در مدل پژوهش

متغیر وابسته	متغیر مستقل	اثر	
		مستقیم	غیرمستقیم
مدیریت دانش	سرمایه اجتماعی	۰/۳۸	---
خلاقیت	مدیریت دانش	۰/۳۵	----
خلاقیت	سرمایه اجتماعی	۰/۶۳	$۰/۱۳ = ۰/۳۸ * ۰/۳۵$
			$۰/۷۶ = ۰/۱۳ + ۰/۶۳$

همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، تأثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت از طریق متغیر میانجی مدیریت دانش به میزان ۰/۷۶ است.

جدول ۶. نتایج آزمون مدل سازی معادلات ساختاری برای برازش مدل مفهومی پژوهش

شاخص	اختصار	مقدار	برازش قابل قبول
سطح تحت پوشش کای دو	χ^2	۲۲۰/۶۴	-
شاخص برازش تطبیقی	CFI	۰/۹۶	بزرگتر از ۹۰ درصد
نیکویی برازش	GFI	۰/۹۴	بزرگتر از ۸۰ درصد
شاخص برازش افزایشی	IFI	۰/۹۶	بزرگتر از ۹۰ درصد
میانگین مربعات خطای برآورد	RMSEA	۰/۰۶۸	کمتر از ۸ درصد
کای اسکوتر بهنجار شده	CMIN/df	۲/۱۸	بین ۱ تا ۵
نیکویی برازش تعدیل یافته	AGFI	۰/۸۱	بزرگتر از ۸۰ درصد
شاخص نرم شده برازندگی	NFI	۰/۹۲	بزرگتر از ۹۰ درصد

بحث و نتیجه گیری

دانشگاه به عنوان محیطی اجتماعی با کنش های چندگانه، یکی از مهم ترین مکان ها برای پرورش استعداد های خلاق به شمار می آیند. در تأیید این گفتار می توان چنین استدلال کرد که بیشتر کنش های اجتماعی نیازمند مبادله دانش و اطلاعات جدیدی اند که کنش گران بتوانند آن ها را با اطلاعات و دانش خود ترکیب کنند. بر این پایه، می توان بیان کرد سرمایه اجتماعی نقشی انکارناپذیر در توسعه خلاقیت کارکنان از راه مدیریت دانش ایفا می کند. ایده بنیادین در این بین آن است که سرمایه اجتماعی به عنوان چکیده فرهنگ اجتماعی یا سازمانی، به تفاوت های عمیقی در تجارب، بنیان های دانش، آموزش و خلاقیت در بین افراد منجر می شود. در همین راستا، یافته های تحلیل همبستگی و مدل معادله ساختاری این پژوهش نشان داد مؤلفه های تبیین کننده سرمایه اجتماعی (ساختاری، شناختی و ارتباطی) رابطه مثبت و تأثیر معناداری بر خلاقیت کارکنان به طور مستقیم و از طریق مدیریت دانش به طور غیرمستقیم دارند. این بدان معنا است که با افزایش میزان سرمایه اجتماعی کارکنان، میزان خلاقیت آنان متناسب با مدیریت دانش، افزایش خواهد یافت. کسب سرمایه اجتماعی به منزله ایجاد ارتباطات باز و مؤثر با افراد دیگری است که در سازمان کار می کنند. این توانایی ارتباط، می تواند موجب شود کارکنان از تجارب دیگران یاد بگیرند. معمولاً کارکنانی که ارتباطات بازی را در سازمان خود تجربه می کنند، توانایی ربط دادن موضوعات به

یکدیگر و کشف روابط علی و معلولی اند که یکی از مؤلفه‌های آغازین خلاقیت است. همچنین، این کارکنان به دلیل داشتن سرمایه اجتماعی و بازگ کردن اندیشه‌های خود برای دیگران، به راحتی می‌توانند بین آنچه در ذهنشان اتفاق می‌افتد و بیان موضوع ارتباط برقرار کنند. از طرف دیگر، کارکنانی که از سرمایه اجتماعی مطلوبی برخوردارند، معمولاً هنجارها را خوب می‌شناسند و توانایی تفکر به شیوه‌های متداول را دارند و همچنین با توجه به جزئیات پیرامون خود، مسائل را به خوبی تحلیل و تبیین می‌کنند. یافته‌های آزمون این فرضیه با یافته‌های سوز بیلیر (۲۰۱۸)، لیو (۲۰۱۸)، و لیانگ و همکاران (۲۰۱۷) همخوان است.

درباره فرضیه دوم پژوهش که حاکی از تأثیر سرمایه اجتماعی بر مدیریت دانش بود، باید اذعان کرد سرمایه اجتماعی موجب شناخت بهتر محیط پیرامون می‌شود. همین امر زمینه لازم برای کارکنان یک سازمان برای به کارگیری دانش ضمنی به منظور پیشبرد اهداف سازمانی را فراهم می‌کند. کارکنانی که از سرمایه اجتماعی مطلوبی برخوردارند، باهم و با دیگر سازمان‌ها (درباره کارکنان دانشگاه، با دیگر سازمان‌های آموزشی) در ارتباطند و دانش تولیدشده توسط آن‌ها را ارزیابی می‌کنند و دانش سازمانی خود را می‌سنجند تا بتوانند برای کسب مزیت رقابتی از آن استفاده کنند. همچنین، ارتباطات باز در بین این قبیل کارکنان موجب می‌شود در تسهیم دانش درون سازمان خود به صورت فعالانه عمل کنند و از هیچ کوششی دریغ نکنند.

دانشی که در اختیار افراد قرار می‌گیرد، 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 گیرد و فرصت‌های کارآفرینانه‌ای را برای کشف و در نهایت بهره‌برداری از آن ایجاد کند که در نهایت، به رشد و سودآوری در سازمان منجر می‌شود. یافته‌های این فرضیه با یافته‌های پژوهش کوهن و پروساک (۲۰۰۱)، و عباس‌زاده و مقتدایی (۱۳۹۲) همسو است.

درباره فرضیه سوم، می‌توان به این نکته اشاره کرد که مدیریت دانش مرکب از خلق، کسب و نگهداری دانش است. به طور اساسی، خلق دانش به تعامل بین دانش ضمنی و آشکار به جای فعالیت جداگانه دانش ضمنی و آشکار اشاره دارد. به واسطه این تعامل، نوآوری‌ها و دانش

سازمانی ایجاد می‌شود. به وسیله کشف ایده‌ها و راه‌حل‌های مفید و جدید، سازمان مضامین جدیدی را توسعه می‌دهد یا مضامین قدیمی درون پایگاه دانش ضمنی و آشکار سازمان را جایگزین می‌کند. سازمان‌ها همچنین دانش را از طریق یادگیری فردی، کاوش محیط داخلی و بیرونی و به‌کارگیری کارکنان جدید یا خرید سازمان‌هایی با دانش مورد نیاز از منابع بیرونی به‌دست می‌آورند یا اینکه دل به خلاقیت کارکنان خود می‌بندند، بنابراین، می‌توان بیان کرد مدیریت دانش می‌تواند به ایجاد خلاقیت در بین کارکنان منجر می‌شود. مدیریت دانش در سازمان با ایجاد سازوکارهایی به‌منظور رفتار آزادانه کارکنان برای ارائه دانش ضمنی و ایده، می‌تواند موجب شود آن‌ها به روش‌های غیرمتداول برای حل مسائل سازمانی روی بیاورند و همین امر موجبات نوآوری را فراهم کند. از طرف دیگر، مدیریت دانش در سازمان می‌تواند موجب شود افراد سازمان بیشتر به جزئیات توجه کنند و هر چیزی را به‌راحتی و بدون پژوهش قبول نکنند که این امر پیش‌زمینه‌ای برای بالندگی سازمانی دانشگاه است. یافته حاصل از آزمون فرضیه نهایی با یافته امانی (۱۳۹۰)، و سپهوند و همکاران (۱۳۹۳) همسو است.

پیشنهادهای

- بر مبنای نتایج پژوهش، پیشنهادهای زیر مطرح می‌شود.
- به‌کارگیری مدل ساختاری ترسیم‌شده در پژوهش توسط اعضای مدیریتی دانشگاه برای توسعه خلاقیت با تأکید بر سرمایه‌های اجتماعی موجود در دانشگاه.
- تلاش برای افزایش میزان سرمایه اجتماعی کارکنان که متناسب با آن میزان خلاقیت کارکنان افزایش خواهد یافت.
- بسترسازی مناسب برای کارکنان به‌منظور به‌کارگیری دانش ضمنی به‌منظور پیشبرد اهداف سازمانی.
- تلاش مدیران برای توسعه و پرورش استعدادهای خلاق.
- ایجاد زمینه مناسب برای توجه ویژه به مدیریت دانش برای گسترش خلاقیت کارکنان، استادان و دانشجویان.

منابع و مأخذ

۱. آقایی فیشانی، تیمور (۱۳۹۴). خلاقیت و نوآوری در انسان‌ها و سازمان‌ها. چاپ اول، تهران: انتشارات ترمه.
۲. امانی، مرتضی (۱۳۹۰). بررسی رابطه مدیریت دانش و یادگیری سازمانی با خلاقیت و نوآوری سازمانی مدیران مدارس مناطق ۴ و ۹ شهر تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت آموزشی دانشگاه شهید بهشتی.
۳. امینی، علیرضا، دولت‌شاه، پیمان، و فتاحی، حمیدرضا (۱۳۹۶). سرمایه اجتماعی، بازاریابی کارآفرینانه و نقش میانجی تسهیم دانش. فصل‌نامه مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۴، شماره ۵، صفحات ۵۶۹-۵۴۷.
۴. ایمان، محمدتقی، و جلائیان بخشنده، وجیهه (۱۳۹۶). بررسی و تبیین رابطه بین خلاقیت و سرمایه اجتماعی در بین جوانان شهر شیراز. جامعه‌شناسی کاربردی، دوره ۲۱، شماره ۱، صفحات ۴۲-۱۹.
۵. پورقاز، عبدالوهاب، کاظمی، یحیی، و محمدی، امین (۱۳۹۰). بررسی رابطه شیوه‌های تفکر و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی مدیران مدارس. فصل‌نامه توسعه کارآفرینی، دوره ۳، شماره ۱۱، صفحات ۸۴-۶۸.
۶. جوان‌پور، محمدعلی، گرجی‌دوز، سمیه، و سبحانی، عبدالرضا (۱۳۹۶). تحلیلی بر سرمایه اجتماعی در سازمان. فصل‌نامه مطالعات مدیریت و حسابداری، دوره ۳، شماره ۱۱، صفحات ۱۲۵-۱۰۸.
۷. عالی‌پور، علیرضا، و مطلبی، ابوطالب (۱۳۹۵). تجاری‌سازی پژوهش‌های بین‌رشته‌ای، با تأکید بر بسترسازی توسعه سرمایه اجتماعی دانشگاه‌ها. فصل‌نامه مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۳، شماره ۲، صفحات ۲۹۶-۲۷۵.
۸. عباس‌زاده شهری، عباس، و رجبلو، روشنگر (۱۳۸۸). مدیریت دانش محور و کاربرد آن در شرکت‌های اکتشاف و تولید. ماهنامه فنی تخصصی شرکت ملی نفت ایران، شماره ۶۱.

۹. عباس‌زاده، محمد، و مقتدایی، لیلا (۱۳۹۲). بررسی جامعه‌شناسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر دانش‌آفرینی. *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره ۱۰، شماره ۱، صفحات ۲۸-۳.
۱۰. قائدی، وهاب، و قورچیان، نادرقلی (۱۳۹۲). رابطه تعهد شغلی با مقدار خلاقیت مدیران مدارس متوسطه شهر بوشهر. *فصل‌نامه علمی-پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی*، سال ۴، شماره ۱، پیاپی ۱۳، صفحات ۹۹-۱۰۸.
۱۱. مبینی دهکردی، علی، دهقان نجم‌آبادی، منصور، دهقان نجم‌آبادی، عامر، رودری، کاوه، و هدایتی، اکبر (۱۳۹۰). بررسی رابطه بین سبک‌های تفکر و خلاقیت در بین کارشناسان شرکت خودروسازی زامیاد. *پانزدهمین کنفرانس بین‌المللی نفت و گاز و انرژی*، تهران.
12. Ambrose, M. L. (2002). Contemporary justice research: A new look at a familiar questions, *organizational Behavior & human decision processes*, 89, 803-812.
13. Amitrajeet, B., & Hamid, B. (2018). Artists, engineers, and aspects of economic growth in a creative region. *Economic Modelling*, 71, 214-219.
14. Angelika, Z., Ilan, O., & Eleni, L. (2018). Alexandra gerbasi sourcing in or out: Implications for social capital and knowledge sharing, *The Journal of Strategic Information Systems*, 27(1), 82-100.
15. Brooks, K., & Nafukho, F. M. (2006). Human resource development, social capital, emotional intelligence: Any link to productivity?. *Journal of European Industrial Training*, 30(2), 117-128.
16. Byrne, B. M. (2001). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming*. NJ: Erlbaum.
17. Carey, S., Lawson, B., & Krause, R. (2011). Social capital configuration, legal bonds and performance in buyer-supplier relationships. *Journal of Operations Management*, 29(4), 277-288.
18. Chang, H. H., & Chuang, S. S. (2011). Socialcapital and individual motivations on knowledge sharing: Participant involvement as a moderator. *Information and Management*, 48(1), 9-18.
19. Chang, S. C., Tein, S. W., & Lee, H. M. (2010). Socail capital, creativity, and new product advantage: an empirical study, international. *Journal of Electronic Business Management*, 8(1), 43-55.
20. 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*, 62, 104-114.
21. Cheng, H. H. (2012). 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*, 64, 788-793.

22. Chou, Y. K. (2006). Three simple models of social capital and economic growth. *The Journal of Socio-Economics*, 35, 889–912.
23. Cohen, D., & Prusak, L. (2001). *In good company*. Boston, MA: Harvard University Press.
24. Coleman, J. S. (1998). *Foundations of social theory*. Cambridge: Harvard University Press.
25. 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*, 15(2), 135–155.
26. Dilek, Z. N., & Ulku, U. (2008). A cultural perspective on knowledge management: The success story of Sarkuysan company, *Journal of Knowledge Management*, 12(2), 141–155.
27. Fikret, S. (2018). The interaction between social capital, Creativity and efficiency in organization. *Journal of Thinking Skills and Creativity*, 27, 1–92.
28. Florida, R., Cushing, R., & Gates, G. (2002). When social capital stifles innovation, *Harvard Business Review*, 80(8), 20–20.
29. Fugate, B. S., Stank, T. P., & Mentzer, J. T. (2009). Linking improved knowledge management to operational and organizational performance. *Journal of Operations Management*, 27, 247–264.
30. Goyal, A., & Ahkilesh, K. B. (2007). Interplay among innovativeness, cognitive intelligence, emotional intelligence and social capital of work teams. *Team Performance Management*, 13(7), 206–226.
31. Grabner, I. (2017). *Managing organizational creativity motivational aspects of management control systems for creative employees*. Wirtschafts universität Wien, Nordbergstrasse 15, A-1090 Wien, Austria 16th EDAMBA Summer Academy, Soreze, France, July 2017.
32. Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2005). *Strategic management: Competitiveness and globalization concept*. 16th Ed., Thomas South Western Publishers
33. Hulland, J. (1999). Use of partial least squares (Pls) in strategic management research: A review of four recent studies. *Journal of Strategic Management*, 20(2), 195–204.
34. Jafari, M., Fesharaki, M. N., & Akhavan, A. (2007). Establishing an integrated knowledge ,management system in iran aerospace industries organization. *Journal of Knowledge Management*, 11(1), 127–142.
35. Joanna, P. (2017). The future of knowledge management, Satellite Meeting - Knowledge Management Section, <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>
36. Jöreskog, K., & Sörbom, D. (1996). *Structural Equation Modeling with the SIMPLIS Command Language*. Chicago, IL: Scientific Software International, Inc.
37. Leisian, S., & Tatiana, P. (2015). *Training programs on creativity and creative program solving at russian universities*. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 191, 2710 – 2715.
38. Liang, C., Ip, C. Y., Wu, S. C., Law, K. M. Y., Wang, J. H., Peng, L. P., & Liu, H. C. (2017). *Personality traits, social capital, and entrepreneurial creativity: Comparing green socioentrepreneurial intentions across Taiwan and Hong Kong*. Studies in Higher Education, 1–17.

39. Liu, C. H. S. (2017). Remodelling progress in tourism and hospitality students' creativity through social capital and transformational leadership. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 21, 69-82.
40. Lopez, N. C., & Merono, C. A. (2011). Strategic knowledge management, innovation and performance. *International Journal of Information Management*, 31, 502-509
41. Makel, M., & Plucker, J. (2008). *Handbook of giftedness in Children*, Chapter 2, 247-270.
42. Maria, T. (2018). Social capital, innovation and economic growth. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 73, 46-52.
43. 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*, 59, 1214-1221.
44. Moran, P. (2005). Structural versus relational embeddedness: social capital and managerial performance. *Strategic Management Journal*, 26, 1129-1151.
45. Noruzy, A., Dalfard, V. M., Azhdari, B., Nazari-Shirkouhi, S., & Rezazadeh, A. (2018). Relations between transformational leadership, organizational innovation, knowledge management, organizational innovation, and organizational performance: An empirical investigation of manufacturing firms. *The International Journal of Advanced Manufacturing Technology*, 64(5-8), 1073-1085.
46. Pandey, S., & Sharma, R. R. K. (2009). Organizational factors for exploration and exploitation. *Technology Management Innovation*, 4(1), 48-58.
47. Reiter-Palmon, R., & Illies, J. (2004). Leadership and creativity: Understanding leadership from a creative problem-solving perspective. *Journal of the Leadership Quarterly*, 15, 55-77.
48. Runco, M. A. (2017). *Creativity, research, development, and practice*. Chapter 1, Cognitive and Creativity, pp.1-38.
49. Sam Khani, M. R. (2017). *Creativity and innovation in organization and management education*. Chapter 3, nashre art Spand Tehran, pp.203-208
50. Sepahvand, R., Esmaeili, M. R., Kkalani, S., & Ghodsi, M. (2014). Exploring the relationship between knowledge management and organizational intelligence. *Applied Mathematics in Engineering, Management and Technology*, 2(2), 402-407.
51. Shin, A. Y. C. (2009). The effect of organizational change on Team creativity, job satisfaction, organizational commitment, and work performance. *ASBBS Annual Conference: Las Vegas*, 16(1).
52. Sözbilir, F. (2018). The interaction between social capital, creativity and efficiency in organizations. *Thinking Skills and Creativity*, 27, 92-100.
53. Sturbuck, J. C. (1995). Learning by knowledge intensive firms. *Journal of Management Studies*, 29, 713 -740.
54. Walczak, S. (2005). Organizational knowledge management structure. *Journal of the Learning Organization*, 12(4), 330-337.
55. Zhang, Q., & Hung, G. F. (2006). China's social capital and financial performance of private enterprises. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 13(2), 198-207.