



Research Paper

Studying effect of creativity and social capital on knowledge management maturity in it industry

Mohammad hossein Ronaghi^{1*}

1. Assistant professor, Management Department, Shiraz University, Shiraz, Iran

Article Info.

Received: 2019/07/02

Accepted: 2019/09/25

Abstract

Background and Objectives: Knowledge management is a competitive advantage in an organization. Knowledge management maturity models assist organizations to evaluate Knowledge management projects and adopt appropriate strategies for progress. Knowledge has a vital role in achieving organizational goals. Knowledge is dependent on people and the relationship between them. Knowledge bases in organizations are built up through processes of creativity and the exploration of new technical and market developments. In turn, they are utilized through processes of product-line extension and the exploitation of existing domain specific knowledge. New knowledge becomes embodied not only in the product or service being designed, but also in the organization's broader routines and practices in such areas as engineering, manufacturing, and customer service, which can be used to create value for customers in the future. Thus, firms that develop leading edge products and services are, of necessity, engaged in the process of knowledge creation. Embedded within this learning process at the organizational level, the process of creativity is simultaneously unfolding at the individual and inter-personal level. Creativity and knowledge management are both important competences that organizations need to strive to develop. On the other hand, Social capital is defined as networks together with shared norms, values and understandings that facilitate co-operation within or among groups. From an overall perspective social capital can enhance the entire knowledge management process because it makes collective action more efficient, because it becomes a substitute for the formal contracts, incentives, and monitoring mechanisms that are necessary in systems with little or no social capital among organizational members. Accordingly, this research examines the effect of social capital on knowledge management maturity with the role of mediator of creativity.

Methodology: This research is descriptive survey, in which the questionnaire has been used to collect data. IT companies were chosen by industrial management institute ranking in 2018. We contacted by 27 managers of IT companies and requested for collaboration; 13 managers accepted our request. The survey sample consists of 378 randomly taken employees and managers of selected IT companies.

The used tools of the study include three types of questionnaires. To assess the validity of the scale, content validity examination was used (0.87, 0.89 and 0.91) that all illustrating acceptable validity. In order to determine the reliability of the data gathering tool, the final draft of the scale was considered. The Cronbach's alpha was calculated for questionnaires which resulted in acceptable reliability coefficients (0.71, 0.78 and 0.83). The Kolmogorov–Smirnov test was used for testing normality. After normality test, we used Pearson correlation coefficient for evaluating the relationship among variables. Structural equation model was used to assess the overall relationships between Knowledge Management Maturity, Social Capital and Creativity. The Collected data has been analyzed by structural equation software LISREL

Findings: An important part of the results revealed there was a positive direct relationship between social capital and creativity ($r = 0.45, p = 0.02$) social capital and knowledge management maturity ($r = 0.58, p = 0.02$), creativity and knowledge management maturity ($r = 0.40, p = 0.02$). Model showed a good fit, with Chi-square/d.f. = 1.61 (< 2), goodness of fit (GFI) = 0.91 (> 0.9), adjust Normed Fit Index (NFI) = 0.92 (> 0.9), Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.93 (> 0.9), Relative Fit Index (RFI) = 0.92 (> 0.9), Standardized RMR = 0.046 (< 0.05), comparative fit index (CFI) = 0.94 (> 0.9), and root mean square error of approximation (RMESA) = 0.054 (< 0.080). Path coefficient of social capital to knowledge management maturity was 0.72 ($p < 0.001$), showing social capital had a significantly positive influence on knowledge management maturity. Path coefficient of social capital to creativity was 0.63 ($p < 0.003$), showing social capital had a significantly positive influence on creativity. Path coefficient of creativity to knowledge management maturity was 0.58 ($p < 0.005$), showing creativity had a significantly positive influence on knowledge management maturity.

Discussion: We explore the interaction among knowledge management maturity, social capital and creativity through structural equation model. Social capital is an important facilitator and boosts creativity. Employees who have good relationships with their colleagues in terms of mutual trust, respect and friendship serve to enhance creativity. The members of an organization contribute their functional expertise by communicating, cooperating, coordinating, and sharing information, and in this way, social capital has a direct effect on the capability for creating intellectual capital. Also, since the workplace is one of the types of social environment, perceptions of the work environment can influence the creative work actualized in organizations. The relationship among research variables revealed to achieve knowledge creation, group discussions and employee's creativity are necessary. KM involves the interaction and transformation between explicit knowledge and implicit knowledge. Through organizational interactions, the employees were able to integrate explicit and implicit knowledge into their knowledge systems, thereby increasing their creativity.

Keywords: Knowledge Management Maturity, Social Capital, Creativity

*Corresponding author:

Email: mh_ronaghi@yahoo.com

©2019 Published by Shahid Chamran
University of Ahvaz

How to Cite:

Ronaghi, M.H. (2019). Studying effect of creativity and social capital on knowledge management maturity in it industry. *Journal of Studies in Library and Information Science*, (Special Issue): 89-104.



تأثیر خلاقیت و سرمایه اجتماعی بر بلوغ مدیریت دانش سازمانی در حوزه فناوری اطلاعات

محمدحسین رونقی^{*}

۱. استادیار بخش مدیریت دانش، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران

اطلاعات مقاله

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۷/۰۳

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۴/۱۱

چکیده

هدف: مدیریت دانش یک مزیت رقابتی برای سازمان به حساب می‌آید. مدل‌های بلوغ مدیریت دانش به سازمان‌ها جهت ارزیابی پروژه‌های مدیریت دانش و اخذ راهبرد مناسب برای پیشرفت کمک می‌کند. دانش نقش مهمی در دستیابی به اهداف سازمان ایفا می‌کند. دانش به افراد و روابط بین آنها مربوط می‌شود. از همین رو در این پژوهش تأثیر سرمایه اجتماعی بر بلوغ مدیریت دانش و خلاقیت ارزیابی می‌شود.

روش‌شناسی: این مطالعه پیمایشی توصیفی است که در آن از ابزار پرسشنامه جهت جمع‌آوری اطلاعات استفاده شده است. از بین مدیران و کارکنان فعال در حوزه فناوری اطلاعات به طور تصادفی ۳۷۸ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از معادلات ساختاری و نرم افزار لیزرل تحلیل گردید.

یافته‌ها: رابطه همبستگی بین خلاقیت و بلوغ مدیریت دانش ($p=40/0 r, 0/01$) و خلاقیت و سرمایه اجتماعی ($p=45/0 r, 0/01$) سرمایه اجتماعی و بلوغ مدیریت دانش ($p=58/0 r, 0/01$) بدست آمد. یافته‌های پژوهش نشان داد که رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه اجتماعی و میزان بلوغ مدیریت دانش در بین شرکت‌های فناوری اطلاعات وجود دارد بدین مفهوم که توجه به شبکه‌ها و هنجارهایی که بر رفتار افراد در سازمان حاکم است می‌تواند بر مدیریت صحیح دانش سازمان به خصوص انتقال دانش بین افراد تأثیر گذار باشد.

نتیجه‌گیری: نتایج نشان داد که سرمایه اجتماعی تأثیر معناداری بر خلاقیت و بلوغ مدیریت دانش در سازمان‌های حوزه فناوری اطلاعات دارد. ایجاد جو مبتنی بر اعتماد بین کارکنان، بکارگیری اتاق‌های فکر، تالارهای گفت‌وگو، راه‌اندازی فروم‌ها و چت‌روم‌ها جهت تبادل اطلاعات و تجربیات و برقراری هم‌اندیشی‌های اجتماعی می‌تواند زمینه‌ساز دستیابی به وضعیت مناسب‌تر انتقال، تسهیم و خلق دانش در سازمان شود. همچنین، ایجاد تیم‌های کاری هدفمند و استفاده از رهبر مناسب در تیم، ایجاد پاداش‌های گروهی و ارزیابی عملکرد تیمی می‌تواند در تقویت تعاملات اجتماعی و در نتیجه ارتقای خلاقیت افراد موثر باشد.

کلیدواژه‌ها: بلوغ مدیریت دانش، سرمایه اجتماعی، خلاقیت، فناوری اطلاعات

*نویسنده مسئول: f.nooshinfard@gmail.com

استناد به این مقاله:

رونقی، محمدحسین (۱۳۹۸). تأثیر خلاقیت و سرمایه اجتماعی بر بلوغ مدیریت دانش سازمانی در حوزه فناوری اطلاعات. *مطالعات کتابداری و علم اطلاعات، ویژه‌نامه مدیریت دانش*، ۱۱، ۸۹-۱۰۴

مقدمه و بیان مسئله

برخورداری از دانش و مدیریت دانش، به موقعیتی استوار برای ادامه حیات سازمان‌های پویا و نوآور تبدیل شده و حتی توان رقابت در بازارها و تجارت بسته به کسب، توسعه و به کارگیری دانش فردی و سازمانی است (Chang & Chuang, 2011). با توجه به سرمایه گذاری‌های صورت گرفته جهت اکتساب دانش و بهره‌وری سرمایه فکری، که گاهی اثربخش هم نیستند، ضرورت ارزیابی موفقیت مدیریت دانش در سازمان بیشتر نمود پیدا می‌کند (Manian et al. 2014). سطح بلوغ مدیریت دانش نشان‌دهنده عملکرد گذشته تا حال سازمان در زمینه مدیریت دانش است (Khadivar & Abbasi, 2016). ابعاد فردی و اجتماعی از عوامل موثر در مدیریت دانش محسوب می‌شوند. سرمایه اجتماعی یکی از مهم‌ترین مفاهیم است که در حوزه‌های گوناگون، به‌ویژه در حوزه سازمانی مورد استفاده قرار گرفته است. برخی از اندیشمندان علوم اجتماعی و رفتاری بر این باورند که سرمایه اجتماعی به‌مثابه یکی از اشکال جدید سرمایه، نقش مؤثری در اثربخشی افراد دارد (Majdi & mohammadi, 2016). (Vikram 2018) معتقد است تبادل اطلاعات و تسهیم دانش، روابط متقابل، هنجارها و اعتماد عمومی نقش مثبتی بر سرمایه اجتماعی و کل جامعه دارد (Vikram, 2018). از طرف دیگر سازمان‌ها به واسطه تغییر شگرف، تغییرات فناورانه، رقابت جهانی و عدم اطمینان اقتصادی، پی برده‌اند که منبع کلیدی مزیت مستمر و پایدار، خلاقیت می‌باشد و خلاقیت لازمه ادامه حیات هر سازمان است (Sadeghi malamiri, 2015). با شناسایی و تحلیل تأثیر ابعاد فردی مانند خلاقیت و اجتماعی مدیریت دانش می‌توان اثربخشی بهتری را انتظار داشت. حوزه فناوری اطلاعات به دلیل پویای بسیار زیاد، نیازمند به کارگیری خلاقیت و انطباق با تغییرات محیطی و در نتیجه اهمیت مدیریت اثربخش دانش است. از همین رو مساله پژوهش ارزیابی رابطه بین سرمایه اجتماعی و بلوغ مدیریت دانش با نقش میانجی خلاقیت است که در شرکت‌های فعال در حوزه فناوری اطلاعات مورد ارزیابی قرار گرفته است.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

سرمایه‌های اجتماعی

سرمایه اجتماعی، یک دارایی است و برخلاف دیگر منابع و دارایی‌ها در صورت عدم استفاده مناسب از آن نه تنها از بین خواهد رفت؛ بلکه تولید نیز نخواهد شد. بنابراین هر جامعه‌ای که به دنبال نظم و توسعه مطلوب است، همواره نسبت به تولید، حفظ، ترمیم و تقویت این سرمایه بکوشد (Barron et al. 2016) مدیران و کسانی که بتوانند در سازمان، سرمایه اجتماعی ایجاد کنند، راه کامیابی شغلی و سازمانی خود را هموار می‌سازند. با توجه به این مفهوم سرمایه اجتماعی دربرگیرنده ابعادی همچون: اتحاد، همکاری و همیاری میان اعضای یک گروه یا جامعه است که نظام هدفمندی را شکل می‌دهد و آن‌ها را به سوی دستیابی به هدفی ارزشمند هدایت می‌کند (Noroozi et al. 2015). اهمیت سرمایه اجتماعی برای سازمان‌ها ناشی از نظریه وابستگی منابع است. موضوع اصلی این نظریه این است که شرکت‌ها با کمبود منابع مواجه هستند و با توجه به محیط منابع مدیریت می‌شود و نیاز به حفظ رابطه با منابع حیاتی وجود دارد. مدیران شرکت‌ها ارتباطات غیررسمی با رهبران سازمان‌های دیگر را برای کاهش عدم اطمینان در مورد دسترسی به منابع مورد نیاز حفظ می‌کنند (Ferris et al. 2017). سازمان‌ها تا زمانی که برای ماندگاری تلاش می‌کنند و خود را نیازمند حضور در عرصه ملی و جهانی می‌دانند، باید اصل بهبود مستمر را سرلوحه فعالیت خود قرار دهند.

این اصل به دست نمی‌آید مگر این‌که زمینه دستیابی به ارتقای سرمایه اجتماعی ممکن باشد، بنابراین برای رشد و توسعه که پیش‌نیاز اساسی آن بهبود عملکرد سازمان‌هاست، باید متغیرهای سرمایه اجتماعی شناخته شود و به بهترین نحو ممکن مورد بهره‌برداری قرار گیرد (Ahmadi & Feizabadi, 2010). در واقع سرمایه اجتماعی، منبع اصلی مزیت رقابتی پایدار و عملکرد سازمانی برتر است (Lefebvre et al. 2016).

ابعاد گوناگونی برای سرمایه‌ی اجتماعی توسط پژوهشگران بیان شده است. گروتارت و همکاران، شش بعد برای سرمایه‌ی اجتماعی بیان کرده‌اند: گروه‌ها و شبکه‌ها، اعتماد و انسجام کنش جمعی و تعاون، ارتباط و اطلاعات، پیوند اجتماعی و شمول، تقویت و کنش سیاسی (Grootaert et al. 2004)، (Woolcock & Narayan 2000) سرمایه اجتماعی را در دو بعد پیوندهای درون‌گروهی و پیوندهای بیرون‌گروهی سنجیده‌اند (Woolcock & Narayan, 2000). Nahapiet & Ghoshal (1998) سه بعد برای سرمایه‌ی اجتماعی در نظر گرفتند که عبارتند از: اول بعد ساختاری؛ دربرگیرنده الگوهای ارتباطی میان اعضای یک گروه یا واحد اجتماعی است. دوم بعد رابطه‌ای؛ به روابط بین شخصی افراد که در گذر زمان ایجاد می‌شود، می‌پردازد. سوم بعد شناختی؛ به منابعی اشاره می‌کند که بازنمایی و ارائه تفسیر مشترک را بر عهده دارد و نظامی از معانی را بین گروه‌ها ایجاد می‌کند (Nahapiet & Ghoshal, 1998).

خلاقیت

خلاقیت یا آفرینندگی، فرایند ذهنی کشف ایده‌ها و مفاهیم یا آمیزش ایده‌ها و مفاهیم موجود است که توسط فرایند بینش، خودآگاه یا ناخودآگاه تحریک می‌شود. در واقع؛ خلاقیت یعنی به‌کارگیری توانایی‌های ذهنی برای ایجاد یک فکر یا مفهوم جدید که برخی نیز آن را به ترکیب ایده‌ها یا ایجاد پیوستگی بین ایده‌ها تعبیر کرده‌اند. خلاقیت بازی با تخیل و امکانات است که در حین تعامل با عقاید، افراد و محیط، منجر به ارتباطات و نتایج جدید و معنادار می‌شود (Heidari, 2011). خلاقیت به معنای به‌کارگیری توانایی‌های ذهنی برای ایجاد فکر یا مفهومی جدید، توانایی ترکیب نظرها در روی منحصر به فرد، یا ایجاد پیوستگی بین نظرهاست. خلاقیت عبارت است از ترکیب مجدد عقاید، اندیشه‌ها، تصورها و مفاهیمی که برای فرد ناشناخته شده‌اند، اما به‌طور مادام‌به‌شیوه‌ای جدید و متفاوت از قبل آرایش می‌یابند (Seydjavadin, 2010). در واقع تنها چیزی که در آینده موجب تمایز سازمان‌ها از یکدیگر می‌شود، خلاقیت است. به عبارتی سازمان‌های امروزی برای ادامه حیات، بایستی پویا بوده و مدیران و کارکنان آن‌ها، افرادی خلاق و نوآور باشند تا بتوانند سازمان را با این تحولات منطبق ساخته و جوابگوی نیازهای جامعه باشند. می‌توان گفت در سیستم اقتصاد جهانی و رقابت روزافزون موجود، خلاقیت و نوآوری در حکم بقا و کلید موفقیت سازمان است، به طوری که نبود خلاقیت و نوآوری را برابر با نابودی سازمان دانسته‌اند. سازمانی که خلاقیت و نوآوری نداشته باشد، نمی‌تواند بقا یابد و در طول زمان از صحنه محو می‌شود. به اعتقاد Torrance (1972) خلاقیت مرکب از چهار بعد زیر می‌باشد:

سیالیت: عبارت است از توانایی برقراری رابطه معنادار بین فکر و اندیشه و بیان که بر اساس تعداد افکار یا راه‌حل‌ها در یک زمان مشخص اندازه‌گیری می‌شود.

ابتکار: توانایی تفکر به شیوه غیرمتداول و خلاف عادت رایج است که همراه با جواب‌های غیرمعمول، عجیب و زیرکانه است.

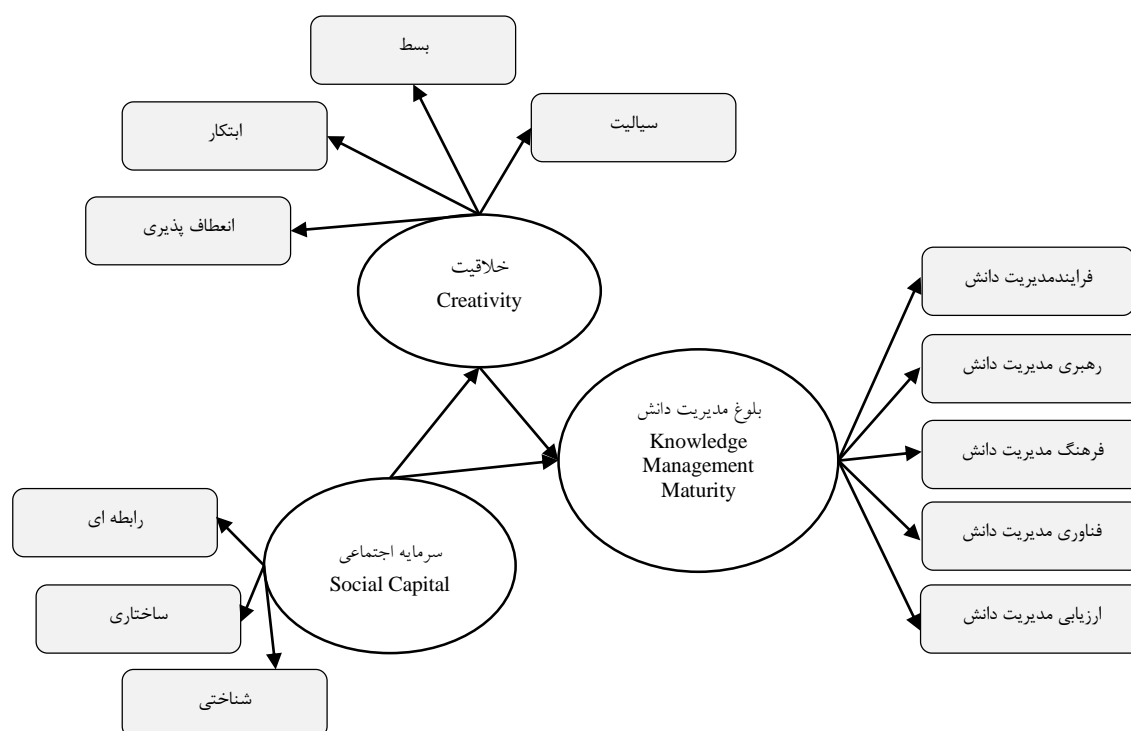
انعطاف‌پذیری: اشاره به توانایی تفکر به طرق مختلف برای حل یک مسئله جدید است.

بسط: شامل توانایی توجه به جزئیات در حین انجام یک فعالیت می‌باشد (Torrance, 1972).

بلوغ مدیریت دانش

دانش سازمان مجموعه‌ای از سرمایه‌ها، قوانین، فعالیت‌های جاری، روندهای اجرایی استانداردها و دیگر امور سازمانی است که رفتار اعضای آن سازمان را شکل می‌دهند. همین طور منطق حاکم، مدل‌های ذهنی، ابزارهای تصمیم‌گیری، فرهنگ و دیگر ویژگی‌های سازمانی که درک آن سازمان را شکل می‌دهند، دانش آن سازمان محسوب می‌شوند (Shamizanjani & Ronaghi, 2017). ارزیابی درست و واقعی دانش سازمان ابزاری جهت مدیریت بهینه دانش و افزایش بهره‌وری محسوب می‌شود (Ronaghi et al. 2017). بلوغ مدیریت دانش رویکردی، برای ارزیابی میزان پیشرفت پروژه‌های مدیریت دانش، تعیین انحرافات از اهداف و ایجاد اصلاحات است. پژوهشگران پیشین مدل‌های بلوغ مختلفی ارائه داده‌اند و در هر یک ابعاد متفاوتی از مدیریت دانش مورد بررسی قرار گرفته است. ژاو و دیگران (۲۰۱۲) مدیریت دارایی‌های دانشی، مدیریت فعالیت‌های دانشی، فرایندهای ارتقای مدیریت دانش، محرکه‌های مدیریت دانش به عنوان ابعاد بلوغ در نظر گرفته‌اند (Zhao et al. 2012) در پژوهش (Serna 2012) مدیریت منابع، مدیریت تحلیلی، مدیریت معنا، مدیریت اقدام (Serna, 2012) و در پژوهش (Khatibian et al. 2010) راهبرد، رهبری، فرهنگ، ارزیابی، ساختار سازمانی، فناوری اطلاعات، فرایند و منابع انسانی (Khatibian et al, 2010) و در مدل بلوغ (Manian et al. 2014) در قالب سه بعد راهبردی، سازمانی - انسانی و فنی - محتوایی مولفه‌های همراستایی راهبردی مدیریت دانش، عوامل مدیریتی، محیط مدیریت دانش، افراد، پشتیبانی و زیرساخت سازمانی، ارزیابی، فرایندهای مدیریت دانش، محتوا و زیر ساخت مدیریت دانش ارائه شده است (Manian et al. 2014). مدل مرکز مدیریت و بهره‌وری آمریکا دارای پنج سطح است که در سطح اول از مدل بلوغ مدیریت دانش از ساختار رسمی سازمان خبری نیست. در سطح دوم یک گروه میان وظیفه‌ای جهت‌گیری اولیه اقدامات مدیریت دانش را تعیین می‌کند. در سطح سوم یعنی استانداردسازی حامیان مدیریت دانش در سرتاسر سازمان استقرار می‌یابند و در سطح بعدی حامیان مدیریت دانش نیز مسوولیت پاسخگویی نتایج مدیریت دانش را بر عهده دارند. در سطح انتهایی یعنی نوآوری متولی مدیریت دانش در کل سازمان رهبر ارشد سازمان است که این فرایند را راهبری می‌کند (Khadivar and abbasi, 2016)

(Yeh et al. 2012) مشخص ساختند تسهیم دانش منجر به خلق دانش جدید می‌شود و مدل مناسب مدیریت دانش موجب ارتقای خلاقیت دانشجویان مورد مطالعه گردید (Yeh et al. 2012). (Sung & Choi 2012) در مطالعه خود به ارتباط بین مدیریت دانش تیم و خلاقیت گروهی اشاره کردند (Sung & Choi, 2012). در پژوهش Hoffman et al. (2005) نشان داده شد سازمان‌هایی با سطح سرمایه اجتماعی بالاتر قابلیت بهتری برای بکارگیری مدیریت دانش در سازمان دارند و هر دو متغیر بر عملکرد سازمانی تأثیر مثبت دارند (Hoffman et al, 2005). بر اساس مطالعات پیشین (Khadivar & abbasi, 2016; Sozibilir, 2018; Manian et al. 2014; Yeh et al. 2012; Sung & Choi, 2012) مدل مفهومی پژوهش مطابق شکل ۱ تدوین گردید.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

Fig 1. Conceptual model

پیشینه تجربی پژوهش

در پژوهش Astak & Abdolmaleki (2010) به بررسی نقش سرمایه اجتماعی بر نوآوری با تاکید بر نقش میانجی مدیریت دانش پرداخته شد. در این پژوهش پیمایشی جامعه آماری کارکنان آموزش و پرورش استان کردستان بوده است و با استفاده از همبستگی و معادلات ساختاری مشخص گردید فرهنگ سازمانی اثر مثبت و معناداری بر سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش دارد و رابطه سرمایه اجتماعی بر مدیریت دانش مثبت ارزیابی شد (Astak & Abdolmaleki, 2010). بر اساس نتیجه این پژوهش و با توجه به این که فرایند انتقال دانش یک فرایند اجتماعی است و نیازمند بستر رابطه ای و ساختاری است از همین رو فرضیه اول پژوهش شکل می گیرد.

فرضیه اول. سرمایه اجتماعی بر بلوغ مدیریت دانش سازمانی تأثیر مثبت دارد.

(Piran et al. (2012) به این نتیجه دست یافتند که زمانی که دارای سرمایه اجتماعی خوبی باشد، می تواند با تأثیری که بر روی تبادل اطلاعات و انتقال دانش ضمنی و صریح دارد، موجب شکوفایی ایده های جدید در افراد شود و این ایده های جدید باعث خلاقیت در افراد می گردد و در نهایت این خلاقیت موجب نوآوری و کارآفرینی در سازمان خواهد شد. پس سازمانی که سرمایه اجتماعی غنی دارد می تواند به صورت بالقوه کارکنانی خلاق داشته باشد. با توجه به خروجی این پژوهش و نقش تعاملات افراد و ارتباطات اجتماعی در شکل گیری خلاقیت فرضیه دوم پژوهش به صورت زیر شکل می گیرد:

فرضیه دوم. سرمایه اجتماعی بر خلاقیت تأثیر مثبتی دارد.

(Vikram (2018) پژوهشی پیمایشی جهت ارزیابی رابطه سرمایه اجتماعی و شاخص توسعه انسانی و تغذیه کودکان در کشور هند انجام داد. ۶۷۷۰ کودک زیر پنج سال به عنوان نمونه مورد مطالعه قرار گرفت. نتایج آن نشان دهنده رابطه بین ساختار سرمایه اجتماعی

توسعه یافته و تغذیه کودکان است و این رابطه بستگی به سطح توسعه یافتگی منطقه نیز است (Vikram, 2018). Sozbilir (2018) ارتباط بین سرمایه اجتماعی، خلاقیت و کارایی سازمانی را بررسی کرد. این پژوهش به وسیله پرسشنامه در بین ۱۳۱ نفر از مدیران آژانس های کارایی در ترکیه انجام شده است. نتایج با استفاده از نرم افزار SmartPLS تحلیل شده است. یافته ها نشان داد که سرمایه اجتماعی بر خلاقیت و کارایی سازمانی تأثیرگذار است (Sozbilir, 2018). (Kaye et al. (2017) به بررسی نقش هویت اجتماعی و سرمایه اجتماعی آنلاین بر نتایج روانشناختی بازیکن های بازی های آنلاین پرداختند. ۷۰۸ نفر توسط پرسشنامه آنلاین مورد ارزیابی قرار گرفتند. نتایج رابطه مثبتی بین علاقه بازیکن ها و هویت اجتماعی و سرمایه اجتماعی نشان داد. همچنین هویت اجتماعی افراد نمونه رابطه مثبتی با عزت نفس و شایستگی اجتماعی آنها دارد (Kaye et al. 2017). در پیمایش (Mortazavi & Monirian (2015) به رابطه مدیریت دانش و خلاقیت سازمانی پرداختند. جامعه آماری این پژوهش کارکنان شرکت مخابرات استان همدان بوده است و با استفاده از تحلیل رگرسیون به رابطه مثبت بین ابعاد مدیریت دانش و خلاقیت اشاره شده است (Mortazavi & Monirian, 2015). بر اساس نتیجه این پژوهش و این که فرایند خلق دانش نیازمند خلاقیت در افراد و امکان ایجاد تفکر خلاق در سطح سازمان است فرضیه سوم پژوهش تدوین می گردد.

فرضیه سوم. خلاقیت بر بلوغ مدیریت دانش سازمانی تأثیر مثبت دارد.

فرضیه چهارم. سرمایه اجتماعی با نقش میانجی خلاقیت بر بلوغ مدیریت دانش سازمانی تأثیر مثبت دارد.

در پژوهش (Manian et al. (2014) با استفاده از رویکرد فراترکیب به طراحی مدل بلوغ مدیریت دانش همراستا با استراتژی کسب و کار پرداختند در این پژوهش کیفی کلیه ابعاد بلوغ در قالب سه مقوله راهبردی، سازمانی - انسانی و فنی - محتوایی طبقه بندی و وزن دهی گردید. در پژوهش (Khadivar & Abbasi (2016) به بررسی بلوغ مدیریت دانش در ۳۰۰ شرکت ایرانی با استفاده از مدل مرکز مدیریت و بهره وری امریکا پرداخته شد. داده ها بر اساس آنالیز واریانس، همبستگی و رگرسیون مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج نشان داد که متوسط میزان بلوغ مدیریت دانش در سازمان های برتر سازمان های ایرانی بر روی سطح سوم مدل بلوغ قرار دارد (Khadivar & Abbasi, 2016). مطالعات متعددی اشاره داشته اند که وجود سرمایه اجتماعی غنی، در میان افراد بر خلاقیت آنها در سازمان تأثیرگذار می باشد (Chen et al. 2008; Chang et al. 2010; Cheng 2012). از طرفی دیگر این تأثیرات باعث می شود که عملکرد سازمان در نتیجه افزایش خلاقیت در بین افراد، بالا رود (Liu, Lazarova & Taylor, 2009; 2013).

با توجه به اهمیت هر سه متغیر، در پژوهش های متعددی و از جنبه های مختلف مورد بررسی قرار گرفته اند اما پژوهشی که تأثیر سرمایه اجتماعی را بر بلوغ مدیریت دانش با احتساب نقش خلاقیت در نظر بگیرد مشاهده نگردید. همچنین بررسی این متغیرها و رابطه آنها در حوزه فناوری اطلاعات کشور که دارای محیطی بسیار پویا است جنبه پراهمیت دیگر پژوهش محسوب می شود.

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نوع توصیفی - پیمایشی است. جهت گردآوری داده ها از سه نوع پرسشنامه استفاده شده است. پرسشنامه اول بر اساس پرسشنامه مدل مرکز مدیریت و بهره وری امریکا (APQC) جهت ارزیابی بلوغ مدیریت دانش بر مبنای پنج معیار اصلی و ۲۵ عامل که در پژوهش (Khadivar & Abbasi (2016)

نیز استفاده گردیده تدوین شد. پنج معیار اصلی در این پرسشنامه فرایند مدیریت دانش، رهبری در مدیریت دانش، فرهنگ مدیریت دانش، فناوری مدیریت دانش و ارزیابی مدیریت دانش است. پرسشنامه دوم پرسشنامه استاندارد خلاقیت تورنس دارای ۶۰ سوال است که خلاقیت را در چهار بعد سیالیت، انعطاف، ابتکار و بسط می‌سنجد. پرسشنامه سوم بر اساس سه بعد سرمایه اجتماعی ساختاری، رابطه ای و شناختی (Nahapiet & Ghoshal, 1998) با توجه به حوزه فناوری اطلاعات توسط پژوهشگر طراحی گردید. پرسشنامه‌های مربوط به نمونه آماری یک‌بار در بین تعدادی محدودی از نمونه توزیع شد و مطابق نظر سه تن از اعضای هیات علمی گروه مدیریت که دارای مقاله در حوزه سرمایه اجتماعی بودند اصلاحات مربوطه روی آن انجام گرفت. به همین لحاظ می‌توان ادعا کرد که پرسشنامه از روایی ظاهری قابل قبولی برخوردار است. برای سنجش روایی محتوایی از روش نسبت اعتبار محتوا بهره گرفته شد فرمول این روش بصورت رابطه ۱ است. در این رابطه n_e برابر تعداد پاسخ‌های ضروری برای سنجش و یا تایید قابلیت سنجش موضوع پژوهش توسط شاخص می‌باشد و مقدار N برابر تعداد خبرگان است.

$$CVR = \frac{n_e - N/2}{N/2} \quad \text{رابطه (۱)}$$

نسبت اعتبار محتوا برای کلیه شاخص‌ها و عوامل قابل محاسبه بوده و باید از ۰/۷۵ بیشتر باشد تا در سطح معنی‌داری ۵ درصد اعتبار محتوایی برای آن شاخص یا عامل، مطلوب تشخیص داده شود (Shamizanjani & Ronaghi, 2017). مقدار این شاخص برای سه سازه پرسشنامه برابر با ۰/۸۷، ۰/۸۹ و ۰/۹۱ بدست آمد. اعتبار محتوایی نیز مورد تایید قرار گرفت. جهت ارزیابی پایایی ابزار پژوهش از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. هرچه مقدار این ضریب به یک نزدیک تر باشد نشان دهنده پایایی بهتر ابزار پژوهش می‌باشد. مقدار این ضریب برای پرسشنامه‌ها به ترتیب برابر ۰/۸۳، ۰/۷۱ و ۰/۷۸ بدست آمد که می‌توان اذعان داشت که پرسشنامه‌ها از پایایی قابل قبولی برخوردار است. جامعه آماری پژوهش شامل مدیران و کارکنان شاغل در شرکت‌های فعال حوزه فناوری اطلاعات است. با مدیر عامل ۲۷ شرکت جزء شرکت‌های برتر حوزه فناوری اطلاعات در سال ۹۷ مطابق با رتبه بندی سازمان مدیریت صنعتی مذاکره گردید و ۱۳ شرکت اعلام آمادگی جهت همکاری کردند؛ تعداد افراد شاغل در این شرکت‌ها حدود ۷۰۰۰ نفر بودند و مطابق جدول مورگان پرسشنامه‌ها بین ۴۵۰ نفر از کارکنان شرکت‌ها پرسشنامه توزیع گردید و تعداد ۳۷۸ پرسشنامه در مدت دو ماه دریافت شد.

یافته‌های پژوهش

در بررسی اطلاعات جمعیت‌شناسی، مشخص شد که ۳ درصد مشارکت‌کنندگان دارای مدرک دیپلم و کاردانی، ۵۰ درصد کارشناسی، ۳۸ درصد کارشناسی ارشد و ۹ درصد مدرک دکتری داشته‌اند. از همین رو می‌توان پذیرفت که پاسخ‌دهندگان دارای معلومات و آگاهی مناسبی نسبت به حوزه کاری خود هستند. همچنین ۶ درصد مشارکت‌کنندگان کارمند اداری، ۱۷ درصد برنامه‌نویس، ۱۰ درصد تحلیلگر، ۲۴ درصد کارشناس سخت افزار و شبکه، ۱۵ درصد کارشناس استقرار سیستم، ۲۲ درصد پشتیبان نرم افزار و ۶ درصد مدیران عالی و میانی بودند. بر این اساس مشخص گردید که حدود ۸۸ درصد از پاسخ‌دهندگان به طور تخصصی در مشاغل حوزه فناوری اطلاعات مشغول هستند این یافته نشان از آگاهی و تخصص این افراد نسبت به این حوزه است.

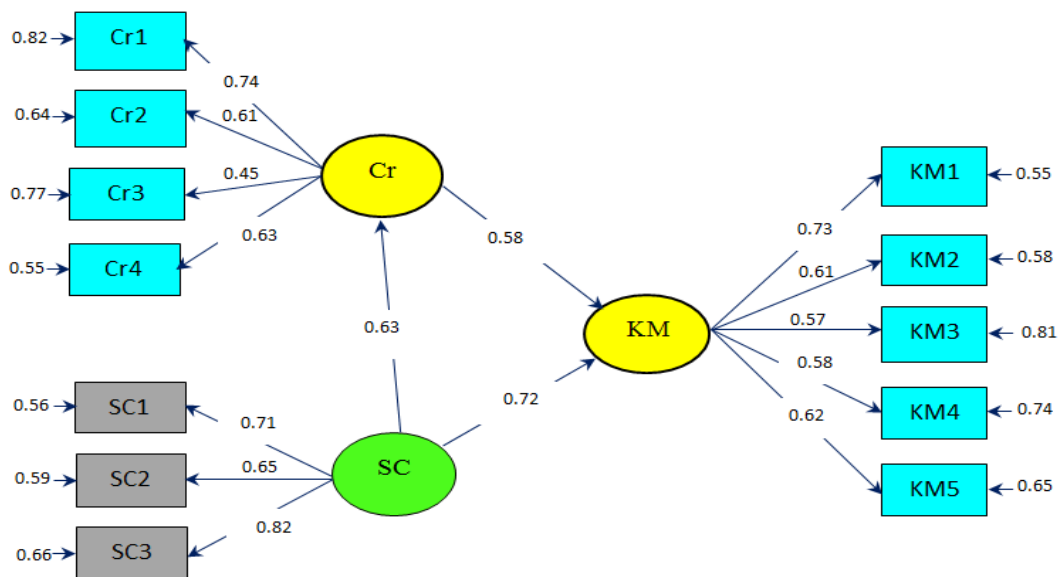
تست نرمال بودن جامعه با استفاده از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف انجام گرفت که با توجه به سطح معنی داری بیشتر از ۹۵ درصد نرمال بودن جامعه قابل قبول بود. جهت ارزیابی ارتباط بین متغیرهای پژوهش از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. همبستگی بین متغیرهای پژوهش در جدول ۱ نشان داده شده است. با توجه به یافته های پژوهش مشخص گردید بیشترین همبستگی مربوط به دو متغیر سرمایه اجتماعی و بلوغ مدیریت دانش و سپس سرمایه اجتماعی و خلاقیت است. در سطح اطمینان ۹۵ درصد ارتباط بین متغیرهای پژوهش مورد تایید قرار گرفتند.

جدول ۱. مقادیر ضرایب همبستگی پیرسون

Table 1. Pearson's correlation table

میانگین Average	انحراف معیار standard deviation	سرمایه اجتماعی Social Capital	خلاقیت Creativity
2.89	0.42		
3.69	0.56	0.45	
2.72	0.32	0.58	0.40

جهت ارزیابی مدل پژوهش از معادلات ساختاری و نرم افزار لیزرل استفاده شد. مدل معادلات ساختاری مدل مفهومی پژوهش طراحی گردید. همان گونه که در شکل ۲ نشان داده شده است اعداد روی مسیرها نشان دهنده ضرایب مسیر و اعداد روی فلش های متغیرهای مکنون نشان دهنده بارهای عاملی است. مقادیر بارهای عاملی برای گویه ها در حد مناسبی قرار دارند. ضرایب مسیرها اثر مثبت و معنادار بین متغیرهای پژوهش را تایید می کند. با توجه به شکل ۲ بیشترین اثر مربوط به تأثیر سرمایه اجتماعی بر بلوغ مدیریت دانش و بعد از آن تأثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت است.



شکل ۲. مدل ساختاری پژوهش در حالت استاندارد

Fig 2. The Structural Model

جهت ارزیابی معناداری مسیرهای برآوردی از آماره t استفاده شد. با توجه مقادیر نشان داده شده در جدول ۲ قدرمطلق همه مقادیر معناداری از ۱/۹۶ بالاتر بوده و وجود رابطه معنادار بین متغیرهای تحقیق تایید می‌شود و چهار فرضیه پژوهش در سطح ۹۵ درصد تایید شدند.

جدول ۲. خلاصه نتایج

Table 2. Summary of the results

نتیجه Result	ضریب مسیر Path coefficient	اعداد معناداری t-value	مسیر Path
تایید Supported	0.72	2.88	سرمایه اجتماعی ← بلوغ مدیریت دانش Knowledge management maturity → social capital
تایید Supported	0.63	3.54	سرمایه اجتماعی ← خلاقیت social capital → Creativity
تایید Supported	0.58	4.35	خلاقیت ← بلوغ مدیریت دانش Creativity → Knowledge management maturity
تایید Supported	0.36	2.13	سرمایه اجتماعی ← خلاقیت ← بلوغ مدیریت دانش social capital → Creativity → Knowledge management maturity

مقادیر شاخص‌های برازش در جدول ۳ نشان داده شده است. با توجه به مقادیر این شاخص‌ها برازش مدل قابل قبول است.

جدول ۳. مقادیر واقعی و پیشنهادی شاخص‌های برازش مدل

Table 3. Actual and recommended values of model fit indices

شاخص‌های برازش مدل مفهومی	مقادیر محاسباتی	نتیجه برازش برای هر شاخص
Goodness of Fit Index (GFI)	0.91	GFI > 0.90 برازش مناسب مدل
Comparative Fit Index (CFI)	0.94	CFI > 0.90 برازش مناسب مدل
Normed Fit Index (NFI)	0.92	NFI > 0.90 برازش مناسب مدل
Non-Normed Fit Index (NNFI)	0.93	NNFI > 0.90 برازش مناسب مدل
Relative Fit Index (RFI)	0.92	RFI > 0.90 برازش مناسب مدل
Chi-Square/df	1.61	Chi-Square/df < 2 برازش مناسب مدل
Standardized RMR	0.046	RMR < 0.05 برازش مناسب مدل
Incremental Fit Index (IFI)	0.98	IFI > 0.90 برازش مناسب مدل
root mean square error of approximation (RMSEA)	0.054	RMSEA < 0.080 برازش مناسب مدل

بحث و نتیجه گیری

در عصر اطلاعات، مزیت اصلی در سرمایه دانش نهفته است مدیریت دانش در سازمان‌ها تبدیل به یک مزیت رقابتی شده است. ارزیابی بلوغ مدیریت دانش برای تعیین سطح پیشرفت مدیریت دانش در سازمان به کار می‌رود. یکی از مولفه‌های اصلی مدیریت دانش ابعاد انسانی آن است. شناسایی عوامل موثر بر میزان بلوغ مدیریت دانش در مدیریت اثربخش آن نقش ایفا می‌کند. از همین رو در این پژوهش به ارزیابی رابطه و تأثیر سرمایه اجتماعی بر بلوغ مدیریت دانش با در نظر گرفتن نقش میانجی خلاقیت پرداخته شد. نتیجه فرضیه اول پژوهش نشان داد که رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه اجتماعی و میزان بلوغ مدیریت دانش در بین شرکت‌های فناوری اطلاعات وجود دارد بدین مفهوم که توجه به شبکه‌ها و هنجارهایی که بر رفتار افراد در سازمان حاکم است می‌تواند بر مدیریت صحیح دانش سازمان به خصوص انتقال دانش بین افراد تأثیر گذار باشد. ابعادی از قبیل اعتماد و ارزش‌های رفتارهای متقابل که در ذیل سرمایه اجتماعی مطرح می‌شوند زمینه‌ساز مدیریت اثربخش دانش سازمان و تسهیم اطلاعات می‌شود. این نتیجه با نتیجه پژوهش‌های (Piran et al. (2012 و (Astak & Abdolmaleki (2014 همراستا است. همچنین نتیجه پژوهش (Hoffman et al. (2005 نشان دهنده سطح سرمایه اجتماعی بر قابلیت‌های مدیریت دانش بود که در پژوهش پیشرو نیز مورد تایید قرار گرفت. نتیجه فرضیه دیگر پژوهش به تأثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت اشاره دارد بدین معنی که ایجاد محیطی جهت برقراری رابطه‌های مناسب اجتماعی و توجه به ارزش‌های رفتاری افراد می‌تواند بستر بروز خلاقیت و تفکر خلاق را ایجاد کند. این یافته با نتیجه مطالعه (Sozobilir (2018 مطابقت دارد که به رابطه مثبت سرمایه اجتماعی بر نوآوری اشاره کرد. در فرضیه سوم رابطه مثبت و معنادار خلاقیت بر بلوغ مدیریت دانش مورد تایید قرار گرفت. فرایند خلاقیت موجب خلق دانش که یکی از فرایندهای مدیریت دانش است می‌شود پس هر چه امکان ابتکار عمل و انعطاف پذیری بیشتری در کار وجود داشته باشد تا زمینه ساز تفکر خلاق باشد می‌توان انتظار مدیریت دانش اثربخش را داشت. نتیجه این فرضیه با یافته‌های پژوهش (Sung & Choi (2012 و (Mortazavi & Monirian (2015 همراستا است. همچنین در فرضیه چهارم تأثیر سرمایه اجتماعی بر بلوغ مدیریت دانش با نقش میانجی خلاقیت تایید گردید این یافته نشان دهنده این است که تأثیرگذاری ساختارهای انسانی و اجتماعی بر سطح پیشرفت مدیریت دانش سازمانی تحت اثر و قدرت فکری افراد نمود پیدا می‌کند. در مقایسه با پژوهش‌های پیشین می‌توان اذعان داشت در پژوهش (Khadivar & Abbasi (2016 و پژوهش (Manian et al. (2014 به ارزیابی بلوغ مدیریت دانش پرداختند که در پژوهش پیش رو از ابعاد مورد بررسی آنها استفاده گردید.

پیشنهاد‌های کاربردی

با توجه به نتیجه فرضیه اول و تأثیر سرمایه اجتماعی بر بلوغ مدیریت دانش می‌توان اذعان داشت که ایجاد جو مبتنی بر اعتماد بین کارکنان، بکارگیری اتاق‌های فکر، تالارهای گفت‌وگو، راه‌اندازی فروم‌ها و چت‌روم‌ها جهت تبادل اطلاعات و تجربیات و برقراری هم‌اندیشی‌های اجتماعی می‌تواند زمینه ساز دستیابی به وضعیت مناسب‌تر انتقال، تسهیم و خلق دانش در سازمان شود. نتیجه فرضیه دوم مشخص ساخت که سرمایه اجتماعی بر خلاقیت افراد تأثیر می‌گذارد بر این اساس ایجاد تیم‌های کاری هدفمند و استفاده از رهبر مناسب در تیم، ایجاد پاداش‌های گروهی و ارزیابی عملکرد تیمی می‌تواند در تقویت تعاملات اجتماعی و در نتیجه ارتقای خلاقیت افراد موثر باشد. نتیجه فرضیه سوم به تأثیر خلاقیت بر بلوغ مدیریت دانش اشاره داشت لذا پیشنهاد می‌گردد

سازمان‌ها به ایجاد فضای انگیزشی برای ارائه ایده‌های نو، آماده‌سازی بستر کارآفرینی سازمانی، برگزاری جلسات بارش مغزی و ایجاد هم‌اندیشی افراد متخصص هر حوزه جهت ارتقای خلاقیت فردی و سازمانی مبادرت ورزند تا بدین وسیله فرایند خلق دانش تسهیل گردد. یکی از محدودیت‌های پژوهش پیشرو استفاده از رویکرد قطعی جهت ارزیابی بلوغ مدیریت دانش بود لذا جهت موضوع پژوهش‌های آینده ارزیابی بلوغ مدیریت دانش با استفاده از تکنیک‌های غیر قطعی مانند فازی و خاکستری پیشنهاد می‌شود.

قدردانی

از تمامی مدیران و کارکنان شرکت‌های مورد مطالعه بابت صرف وقت گرانبهای خود و مشارکت در این پژوهش کمال تشکر را دارد.

تعارض منافع

هیچ گونه تعارض منافع توسط نویسنده بیان نشده است.

References

- Ahmadi, S.A. & Feizabadi, H. (2010). Investigating Social capital and effect of that on the organization improvement (Case study: Staff Organizations of Tehran municipality), *journal of public administration*, 3(6): 35-88. (In Persian)
- Astak, R. & Abdolmaleki, J. (2014). Study of the Effect of Social Capital on Innovation Emphasize on Mediation Role of Knowledge Management, *Social capital management*, 1(1): 1-20. (In Persian)
- Barron, A., Pereda A. and Stacey S. (2016). Exploring the performance of government affairs subsidiaries: A study of organization design and the social capital of European government affairs managers at Toyota Motor Europe and Hyundai Company in Brussels. *Journal of World Business* 52(2): 184-196.
- Chang, H. & Shuang C. (2011). Social capital and individual motivations on knowledge sharing: Participant involvement as a moderator, *Information & management* 48(1): 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* 8(1): 43-55.
- Chen, M., Chang Y. & Hung. S. (2008). Social Capital and Creativity in R&D Project Teams. *R&D Management* 38(1): 21-34.
- Cheng H. (2012). The effect of social capital on creativity in information systems development projects: the mediating effect of knowledge integration, *Word academy of science, engineering and technology* 64(4): 788-793.

- Ferris S., Javakhadze D. & Rojkonc J. (2017). CEO social capital, risk-taking and corporate policies, *Journal of Corporate Finance* 47: 46-71.
- Grootaert, C., Narayan D., Jones V.N. & Woolcock M. (2004). Measuring social capital: An integrated questionnaire, World Bank Working Paper (No. 18), Washington D.C.: World Bank Publications.
- Heidari, G. (2011). The Culture of Creativity and Cultural Creativity, *Quarterly journal of innovation and creativity in human sciences*, 1(2): 57-88. (In Persian)
- Hoffman, J., Hoelscher, M. & Sherif, K. (2005). Social capital, knowledge management, and sustained superior performance, *journal of knowledge management*, 9(3): 93-100
- Kaye, L., Kowert R. & Quinn S. (2017). The role of social identity and online social capital on psychosocial outcomes in MMO players, *Computers in Human Behavior* 74: 215-223.
- Khadivar, A. & Abbasi, F. (2016). KM Maturity assessment in 300 top Iranian company, *Modern researches in decision making*, 1(3): 23-42. (In Persian)
- Khatibian, N., Hasangholipour T., & AbediJafari H. (2010). Measurement of knowledge management maturity level with in organizations. *Business strategy series* 11(1): 1751-5637.
- Lazarova, M. & Taylor S. (2009). Boundaryless Careers, Social Capital, and Knowledge Management: Implications for Organizational Performance, *Journal of Organizational Behavior* 30(5): 119-139.
- Lefebvre, V., Sorenson S., Henchion M. & Gellynck X. (2016). Social capital and knowledge sharing performance of learning networks. *International Journal of Information Management* 36(4): 570-579.
- Liu, C. (2013). The processes of social capital and employee creativity: Empirical evidence from intra organizational networks. *Journal of Human Resource Management* 24(20): 3886-3902.
- Majdi, A. & Mohammadi, F. (2016). Investing the Relationship between Social Capital and Individual Effectiveness of Bank Employees (Case Study: Employees of the State Banks of Sanandaj), *Journal of Social Sciences*, 13(2): 161-186. (In Persian)
- Manian, A., Moosakhani, M., Hassanzadeh, A. & Jamipour M. (2014). Designing a Maturity Model of KM Aligned with Business Strategies Using Meta Synthesis Method, *journal of information technology management*, 6(2): 307-332. (In Persian)
- Mortazavi, M. & Monirian, F. (2015). The Effect of Knowledge Management on Organizational Creativity (Case Study: Telecommunication Company of Hamedan), *journal of development evolution management*, 1394(20): 27-38. (In Persian)

- Nahapiet, J. & Ghoshal S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review* 23(2): 242-266.
- Noroozi, H., Kameli, A., Beigi, R. & Mohazabi M. (2015). The effect of climate organizational on performance through social capital (Case Study: Municipal employees from five districts in Rasht), *Social capital management*, 2(1): 137-154. (In Persian)
- Piran, M., Aghajani, T., Shoghi, B., Rezazadeh, A. & Dehghan Najmabadi A. (2012). The Effect of Social Capital on Employee's Creativity in the Foundry Industry of Iran (The Case of Kaveh Industrial Estate Employees), *Quarterly journal of innovation and creativity in human sciences*, 2(1): 163-183. (In Persian)
- Ronaghi, M., Feyzi, K. & Asadpoor, A. (2017). Evaluation of Knowledge Management dimensions in an organization by using Grey System Theory, *Journal of studies library and information science*, 24(19): 77-96. (In Persian)
- Sadeghi Malamiri, M. (2015). System Theory of Creativity in the Organization, *Quarterly journal of innovation and creativity in human sciences*, 4(4): 163-207. (In Persian)
- Serna, E. (2012). Maturity model of Knowledge Management in the interpretivist perspective. *International Journal of Information Management*, 32(4): 365-371.
- Seydjavadin S.R. (2010). *Organization and management*, Tehran: Negahdaneh.
- Shamizanjani, M. & Ronaghi, M. (2017). The Relationship between Knowledge Management Processes and Employee's Intelligence in IT companies, *Journal of studies library and information science*, 23(17): 79-94. (In Persian)
- Sozibilir, F. (2018). The interaction between social capital, creativity and efficiency in organizations, *Thinking Skills and Creativity*, 27: 92-100.
- Sung, S. & Choi, J. (2012). Effects of team knowledge management on the creativity and financial performance of organizational teams, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 118: 4-13.
- Torrance, P. (1972). Predictive validity of Torrance Test of Creative Thinking, *Journal of Creative Behavior* 6: 236-252
- Vikram, K. (2018). Social capital and child nutrition in India: The moderating role of development, *Health & Place*. 50: 42-51.

Woolcock, M., & Narayan D. (2000). Social capital: Implications for development theory, research, and policy. *The World Bank Research Observer* 15(2): 225-249.

Yeh, Y., Yeh, Y. & Chen, Y. (2012). From knowledge sharing to knowledge creation: A blended knowledge-management model for improving university students' creativity, *Thinking Skills and Creativity*, 7: 245–257.

Zhao, J., Ordonez de Pablos P., & Qi Z. (2012). Enterprise knowledge management model based on China's practice and case study. *Computers in Human Behavior* 28(2): 324-330.



COPYRIGHTS

© 2019 by the authors. Licensee SCU, Ahvaz, Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)