

نقش تعدیل‌گری هوش مصنوعی در تأثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری در بیمه البرز

دکتر ناهید بهاروند¹

¹ دانش‌آموخته دکتری علوم اقتصادی، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران.

Nahid_baharvand@semnan.ac.ir

تاریخ انتشار: 1405/03/20

1405/02/10

تاریخ پذیرش:

1404/12/20

تاریخ دریافت:

The Moderating Role of Artificial Intelligence in the Impact of Social Capital on Innovation at Alborz Insurance

Dr. Nahid Baharvand¹

¹ PhD in Economic, Semnan University, Semnan, Iran.

Nahid_baharvand@semnan.ac.ir

Abstract

In the era of the knowledge-based economy, the operational foundation of successful organizations has shifted from a production-centric model to a knowledge-centric one. Artificial intelligence integrated into office automation software can play a pivotal role in enhancing productivity and streamlining organizational processes. By effectively managing and sharing knowledge, organizations can improve their processes and adapt more rapidly to environmental changes. Furthermore, leveraging modern technologies and fostering a culture of continuous learning pave the way for organizational growth and sustainable success. This study investigates the mediating role of knowledge management in the impact of social capital on innovation at Alborz Insurance Company, employing Pearson correlation analysis, stepwise regression, and structural equation modeling. To this end, a sample of 300 individuals from the company's human capital pool was selected for analysis. The findings indicate a significant positive relationship between organizational social capital and knowledge management at Alborz Insurance Company. Further results indicate a positive and significant relationship between the dimensions of organizational social capital (networks, values, trust, commitment, relationships, cooperation, and mutual understanding) and knowledge management at Alborz Insurance Company. Additionally, the study reveals that social capital has a positive and significant impact on AI-based knowledge management and innovative performance. AI-based knowledge management also exerts a strong, positive influence on innovative performance and plays a partial mediating role, while AI capabilities moderate the relationship between knowledge management and innovative performance.

Keywords: Social capital, innovation, knowledge management, artificial intelligence, Alborz Insurance.

چکیده

در عصر اقتصاد دانش‌بنیان، اساس فعالیت سازمان‌های موفق از تولیدمحوری به سمت دانش‌محوری انتقال پیدا کرده است. هوش مصنوعی در نرم افزار اتوماسیون اداری می‌تواند نقش مهمی در بهبود بهره‌وری و تسهیل فرآیندهای سازمانی ایفا کند. سازمان‌ها با مدیریت و به‌اشتراک‌گذاری دانش، می‌توانند فرآیندهای خود را بهبود بخشیده و سریع‌تر با تغییرات محیطی سازگار شوند. همچنین، بهره‌گیری از فناوری‌های نوین و توسعه فرهنگ یادگیری مستمر، زمینه‌ساز رشد و موفقیت پایدار سازمان‌ها خواهد بود. هدف از پژوهش حاضر بررسی نقش تعدیل‌گری در تأثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری در شرکت بیمه البرز نقش میانجی مدیریت دانش با استفاده از تحلیل آماری همبستگی پیرسون، روش رگرسیون گام به گام و معادلات ساختاری است. برای این منظور از میان جامعه سرمایه انسانی شرکت بیمه البرز 300 نفر به‌عنوان نمونه آماری مورد بررسی و تحقیق قرار گرفتند. نتایج این بررسی حاکی از آن است که میان سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش در شرکت بیمه البرز رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نتایج دیگر حاکی از آن است که میان ابعاد سرمایه اجتماعی سازمانی (شبکه‌ها، ارزش‌ها، اعتماد، تعهد، روابط، همکاری و فهم متقابل) با مدیریت دانش در شرکت بیمه البرز رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین نتایج دیگر این پژوهش نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر مدیریت دانش مبتنی بر هوش مصنوعی و عملکرد نوآورانه دارد. مدیریت دانش مبتنی بر هوش مصنوعی نیز بر عملکرد نوآورانه تأثیر قوی و مثبتی دارد و نقش میانجی جزئی ایفا می‌کند و قابلیت‌های هوش مصنوعی رابطه بین مدیریت دانش و عملکرد نوآورانه را تعدیل می‌کنند.

کلید واژه: سرمایه اجتماعی، نوآوری، مدیریت دانش، هوش مصنوعی، بیمه البرز.

1- مقدمه

در عصر حاضر که دوره دگرگونی‌های گسترده است

تافلر¹ بیان می‌کند که دوره جابجایی قدرت است.

¹ Tofler

صنعت بیمه ایران با چالش‌هایی نظیر ساختار سنتی، فقدان محصولات نوآورانه و فرآیندهای وقت‌گیر مواجه است.^۷ شرکت بیمه البرز به عنوان یکی از قدیمی‌ترین شرکت‌های بیمه‌ای ایران (تأسیس ۱۳۳۶) که سابقه دولتی داشته و در سال ۱۳۸۹ خصوصی‌سازی شده است، با این چالش‌ها دست به گریبان است.

ادبیات مدیریت نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی (شبکه‌ها، اعتماد و هنجارهای مشترک) و مدیریت دانش (فرآیندهای کسب، تسهیم و ترکیب دانش) دو پیشران کلیدی نوآوری هستند (ناهایپیت و گوشال^۸، 1998). با این حال، مکانیسم‌های دقیق تأثیر هر یک از ابعاد سرمایه اجتماعی بر نوآوری از طریق مدیریت دانش، به ویژه در بافت سازمان‌های ایرانی، کمتر مورد واکاوی قرار گرفته است.

علیرغم اهمیت نظریه ناهایپیت و گوشال (۱۹۹۸) در ادبیات جهانی، تاکنون مطالعه‌ای به واکاوی مکانیسم‌های تأثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری از طریق مدیریت دانش در چارچوب این نظریه در صنعت بیمه ایران و به ویژه بیمه البرز انجام نشده است. پژوهش‌های پیشین داخلی یا به بررسی رابطه دو متغیره پرداخته‌اند (خانی معصوم‌آبادی و زهالی، ۱۴۰۰) و یا در سطح خبرگان و بدون آزمون تجربی در یک شرکت خاص انجام شده‌اند (چگینی و آزاده‌دل، ۱۴۰۳). از این رو، پژوهش حاضر با هدف پر کردن این شکاف نظری-تجربی طراحی شده است.

بر این اساس، سوالات پژوهش به شرح زیر تدوین می‌شوند:

موضوع مدیریت دارایی‌های ملموس و ناملموس سازمان‌ها از جمله موضوعاتی است که به‌طور جامع افق تحولات مدیریت را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد (البست و پودمینا^۲، 2025). به نقل از استوارت^۳ (۱۹۹۷)، سرمایه فکری مجموعه‌ای از دانش، اطلاعات، دارایی‌های فکری، تجربه، رقابت و یادگیری سازمانی است که می‌تواند برای ایجاد ثروت مورد استفاده قرار گیرد. به‌طور قطع سرمایه فکری کارکنان یک سازمان، دانش سازمانی و توانایی‌های آن‌ها را برای ایجاد ارزش افزوده در خواهد گرفت و باعث منافع رقابتی مداوم می‌گردد (رحیمی و کریمی، 1390). همچنین استوارت معتقد است که سرمایه انسانی مهم‌ترین دارایی در هر سازمان است. سه مؤلفه شامل سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه مشتری توسط بونتیس و همکاران^۴ (۲۰۰۲) به‌عنوان ابعاد سرمایه فکری مطرح شده است. برخلاف تصورات رایج، که صرف وجود فناوری را متضمن توسعه می‌دانستند، دانش و به اشتراک گذاشتن آن در سازمان‌ها و سرمایه‌های انسانی تضمین‌کننده بهبود عملکرد و توسعه است (فیلیتری و همکاران^۵، ۲۰۱۴).

در عصر اقتصاد دانش‌بنیان، اساس فعالیت سازمان‌های موفق از تولیدمحوری به سمت دانش‌محوری انتقال پیدا کرده است و نوآوری به‌عنوان یک مزیت رقابتی پایدار برای سازمان‌ها، به ویژه در صنعت خدمات مالی مانند بیمه، نقشی حیاتی ایفا می‌کند (کیانتو و همکاران^۶، 2020). بنابراین، تلاش‌ها و ظرفیت‌های نوآورانه در سازمان، نتیجه سرمایه‌گذاری هدفمند در فرایند یادگیری و ارتقای مدیریت دانش سرمایه انسانی آن سازمان است.

⁶ Kianto et al

⁷ Business Monitor International (2016)

⁸ Nahapiet and Ghoshal

² Albats and Podmetina

³ Stewart

⁴ Bontis et al

⁵ Filieri et al

2. آیا میان ابعاد سرمایه اجتماعی سازمانی (شبکه‌ها، ارزش‌ها، اعتماد، تعهد، روابط، همکاری و فهم متقابل) با مدیریت دانش در بیمه البرز رابطه معناداری وجود دارد؟

1. آیا میان سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش در بیمه البرز رابطه معناداری وجود دارد؟

2- مبانی نظری

2-1- سرمایه اجتماعی:

ناهایت و گوشال (۱۹۹۸) سرمایه اجتماعی را مجموع منابع واقعی و بالقوه‌ای تعریف می‌کنند که از طریق شبکه روابط فرد در اختیار او قرار می‌گیرد. آن‌ها سه بعد برای سرمایه اجتماعی قائل می‌شوند:

1. بعد ساختاری^۹: شامل الگوهای کلی

ارتباطات و شبکه‌ها. وجود پیوندهای

ضعیف^{۱۰} متعدد، دسترسی به اطلاعات

متنوع را افزایش می‌دهد.

2. بعد شناختی^{۱۱}: شامل زبان مشترک،

روایت‌ها و کدهای ارتباطی که درک متقابل

را تسهیل می‌کند.

3. بعد رابطه‌ای^{۱۲}: شامل اعتماد، هنجارها و

تعهد که انگیزه هم‌کاری را افزایش می‌دهد.

به عقیده طرفداران مکتب فکری دانش‌محور همانند

اینکپن^{۱۳} (۱۹۹۸) و زاک^{۱۴} (۱۹۹۹) سرمایه انسانی

موجب مزیت رقابتی در سازمان خواهد شد. مهم‌ترین

چالش مدیریت سرمایه فکری، واداشتن افراد جهت به

اشتراک گذاشتن آنچه می‌دانند، است. این موضوع هم

بیشتر پیشینه اجتماعی دارد (امیری، 2024).

ویلانوا و جوسا^{۱۵} (2003)، سرمایه اجتماعی را

پدیده‌ای مدیریتی تعریف می‌کند که شامل هفت مؤلفه است: اعتماد (هنجارها)، ارزش‌های مشترک، روابط، همکاری، تعهد متقابل، فهم متقابل و شبکه‌ها. سرمایه اجتماعی به این ابعاد متکی است و بدون وجود حتی یکی از این ابعاد نیز قابل تصور نمی‌باشد.

1. شبکه‌های اجتماعی: یکی از جنبه‌های

بسیار مهم سرمایه اجتماعی، عضویت در

شبکه‌های اجتماعی است و از عوامل توسعه-

دهنده در هویت و خودباوری فرد هستند. از

طریق شبکه‌های اجتماعی افراد ارتباطات

خود را با دیگران ایجاد می‌کنند. در پیوستن

به یک شبکه پیامدهای مهمی به‌ویژه برای

افراد تازه‌وارد در سازمان وجود دارد. کارکنان

می‌توانند احترام همکاران خود را از طریق

عضویت در شبکه‌های اجتماعی و سازمانی

کسب نمایند. تعهد و وفاداری بین اعضا و

حمایت سازمانی را شبکه‌ها به‌وجود خواهند

آورد (ایبلی و زارع خلیلی، 1391).

2. اعتماد: اعتماد انتظار رفتار منظم، صادقانه و

همکارانه از دیگر افراد است که در یک

اجتماع بر اساس هنجارها خود را به تصویر

می‌کشاند. اعتماد در یک محیط پویا با

اطلاعات ناقص با زمینه اولیه صداقت، تمایل

¹³ Inkpen

¹⁴ Zack

¹⁵ Vilanova and Josa

⁹ Structural Dimension

¹⁰ Weak Ties

¹¹ Cognitive Dimension

¹² Relational Dimension

5. **همکاری:** یک عمل جمعی است که اعضای سازمان با دیگران در جامعه یا گروه خود در موارد مشترک اقدام می‌نمایند. همکاری منجر به تبادل دانش قوی‌تر، بازتر و واقعی‌تر می‌شود. او شرح می‌دهد دانش در حضور تناسب کوششی توسعه می‌یابد، تبدیلی که در آن کارایی عملکرد گروهی افزایش می‌یابد (فیلیپری و همکاران، 2014).
6. **تعهد:** به پیوند روانی فرد یا گروه به سازمان تعریف می‌گردد که در آن احساس درگیری شغلی، وفاداری و باور به ارزش‌های سازمان جای دارد. این بعد از سرمایه اجتماعی شامل تصور برگه‌های اعتباری می‌باشد که از انتظارات و تعهدات متقابل ناشی شده است. برای این شکل از سرمایه اجتماعی، دو عنصر بسیار حیاتی هستند: سطح اعتماد و محیط اجتماعی که بازپرداخت تعهدات و گسترش میزان واقعی تعهداتی که بر عهده گرفته شده است را تضمین می‌کند (دهقانان و هورندی، 1399؛ اسپلبرگ¹⁸، 2001).
7. **فهم متقابل:** فهم متقابل همان همدلی است که به عنوان وحدت دل‌ها از آن یاد می‌شود. اما بیشتر منظور، پیدا کردن حس مشترک است. فهم متقابل یعنی اینکه فرد بتواند زندگی دیگران را حتی در زمانی که در آن شرایط قرار ندارد، درک کند. فهم متقابل به افراد جهت پذیرش انسان دیگر با وجود تفاوت‌های بسیار با خود کمک شایانی می‌کند و روابط اجتماعی را بهبود می‌بخشد. مهارت‌های مذکور باعث ایجاد دوستی
3. **ارزش‌ها:** سرمایه اجتماعی بر اساس این رویکرد یک پدیده ذهنی است که از مجموعه ارزش‌ها و نگرش‌های تعیین‌کننده افراد درباره نحوه ایجاد ارتباط با همدیگر تشکیل شده است. سرمایه اجتماعی بر آن ارزش‌ها و نگرش‌های فرهنگی تأکید می‌کند که افراد را به همکاری، تفاهم و همدلی با یکدیگر متمایل می‌سازد و موجب پیوند اعضای سازمان به همدیگر می‌شود و افراد را از محاسبه‌گران خودخواه، دارای وجدان اجتماعی و حس تعهد متقابل ضعیف هستند، به اعضای اجتماعی که دارای منافع مشترک درخصوص روابط اجتماعی و حس مشترک، تغییر می‌دهد (دانش و همکاران، 1399).
4. **روابط:** ارتباطات میان دو شخص یا گروه که می‌تواند به شکل‌های متفاوتی مانند همکاری، مبادله، وصلت و دوستی ظاهر شود را روابط می‌نامند. وجود روابط عاطفی فراگیر در ساختاردهی سازمان به کارکنان اجازه می‌دهد به ارزش‌ها و توانمندی‌های سازمانی به شیوه‌های سازمان‌یافته پاسخ دهند (منوریان، عسگری و آشنا، 1386). روابط اجتماعی، ایجادکننده کانال‌های اطلاعاتی هستند که میزان زمان و سرمایه‌گذاری مورد نیاز را برای گردآوری اطلاعات کاهش می‌دهند (ابیلی و زارع خلیلی، 1391).

¹⁸ Spellerberg¹⁶ Weber and Weber¹⁷ Lati

دورانت و همکاران (۲۰۲۴)، به عنوان فرآیندی پنج‌گانه شامل خلق، ذخیره، تسهیم، کاربرد و ارزیابی دانش عملیاتی شده است.

پژوهش‌های معاصر نشان می‌دهند که سرمایه اجتماعی از چند مکانیسم کلیدی بر مدیریت دانش تأثیر می‌گذارد:

الف) تسهیل تسهیم دانش: سرمایه ارتباطی از طریق ایجاد اعتماد، ریسک تسهیم دانش ضمنی و حیاتی را کاهش می‌دهد. هنگامی که کارکنان به یکدیگر اعتماد داشته باشند، مایل‌ترند دانش خود را بدون ترس از سوءاستفاده به اشتراک بگذارند.

ب) کاهش هزینه‌های مبادله: سرمایه ساختاری با ایجاد هنجارهای مشترک و پیش‌بینی‌پذیری در روابط، هزینه‌های جستجو، مذاکره و اجرا در فرآیند تبادل دانش را کاهش می‌دهد.

ج) افزایش ظرفیت جذب: سرمایه شناختی از طریق ایجاد زبان و چارچوب‌های تفسیری مشترک، توانایی سازمان در شناسایی، جذب و به‌کارگیری دانش جدید (ظرفیت جذب) را افزایش می‌دهد (محمدی و حسینی، ۱۴۰۰).

همچنین، پنگ^{۲۴} (۲۰۲۴) نشان داد که هر دو بُعد ارتباطی و ساختاری سرمایه اجتماعی به طور مثبت بر فرآیندهای مدیریت دانش تأثیر می‌گذارند و این فرآیندها به نوبه خود رفتار تسهیم و انتقال دانش کارکنان را تقویت می‌کنند.

3-3- نوآوری سازمانی:

نوآوری سازمانی در ادبیات مدیریت، به‌عنوان پیاده‌سازی محصول، فرآیند، روش بازاریابی یا روش سازمانی جدید

متقابل میان اعضای سازمان می‌شود و توسعه و بهبود روابط اجتماعی را نتیجه می‌دهد، به‌طوری‌که پیوندهای بین اعضا در این شبکه قوی‌تر می‌شود (ممد و همکاران^{۱۹}، ۲۰۲۴).

3-2- مدیریت دانش:

مدیریت دانش، توانایی سازمان در خلق دانش جدید، انتشار آن در سراسر سازمان و تجسم آن در محصولات، خدمات و سیستم‌ها است (نوناکا و تاکئوچی^{۲۰}، ۱۹۹۵). آلوی و لیدنر^{۲۱} (۲۰۰۱)، مدیریت دانش، فرآیندی نظام‌مند برای شناسایی، تسخیر، بازاریابی، تسهیم و ارزیابی سرمایه فکری سازمان است که با استفاده از فناوری اطلاعات و تعاملات انسانی، ارزش‌آفرینی بلندمدت را ممکن می‌سازد. ویگ^{۲۲} (۲۰۰۱)، مدیریت دانش، برنامه‌ریزی، سازماندهی، هدایت و کنترل فرآیندهای مرتبط با دانش شامل ایجاد ساختارهای دانش، به‌کارگیری سرمایه دانشی و اشتراک‌گذاری دانش درون سازمان است. دورانت و همکاران^{۲۳} (۲۰۲۴) در پژوهش خود، مدیریت دانش را رویکردی چندبعدی شامل افراد، فرآیندها، فناوری و فرهنگ است که به سازمان امکان می‌دهد از دارایی‌های دانشی خود برای دستیابی به مزیت رقابتی پایدار و نوآوری مستمر بهره‌برداری کند، تعریف می‌کند.

به‌طور کلی، مدیریت دانش، فرآیندی نظام‌مند، چندبعدی و پویا شامل خلق، ذخیره‌سازی، تسهیم، کاربرد و ارزیابی دانش ضمنی و صریح است که با بهره‌گیری از سرمایه اجتماعی، فناوری اطلاعات و فرهنگ سازمانی حمایت‌کننده، زمینه‌ساز نوآوری و مزیت رقابتی پایدار در سازمان می‌گردد (افشار و همکاران، ۱۳۹۲). بنابراین، در این پژوهش، مدیریت دانش به پیروی از دیدگاه‌های آلوی و لیدنر (۲۰۰۱) و

²² Wiig

²³ Durrant et al

²⁴ Peng

¹⁹ Mamad et al

²⁰ Nonaka and Takeuchi

²¹ Alavi and Leidner

مسیر سوم: افزایش تنوع دانش - سرمایه اجتماعی با اتصال افراد به شبکه‌های متنوع، دسترسی به دانش ناهمگون را افزایش می‌دهد که خود محرک اصلی نوآوری ترکیبی است.

الگوی نظری رکس^{۲۶} (2008) به صراحت نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی از طریق مدیریت دانش بر عملکرد نوآورانه بنگاه تأثیر می‌گذارد. یافته‌های تحلیل کتاب‌سنجی کاپولوپو^{۲۷} (2024) نیز نشان می‌دهد که مدیریت دانش، سرمایه اجتماعی و نوآوری سه حوزه به هم پیوسته در مطالعات معاصر مدیریت هستند. نوآوری در صنعت بیمه می‌تواند در دو سطح رخ دهد: نوآوری محصول (طراحی محصولات جدید بیمه‌ای، بسته‌های ترکیبی) و نوآوری فرآیند (بهبود زمان رسیدگی به خسارت، ارزیابی ریسک دیجیتال) (کیانتو و همکاران، 2020).

در ادبیات مدیریت معاصر، هوش مصنوعی صرفاً به عنوان یک فناوری در نظر گرفته نمی‌شود، بلکه به عنوان قابلیت سازمانی^{۲۸} تعریف می‌شود که از ترکیب منابع انسانی، فناوری و فرآیندها شکل می‌گیرد. میکالف و گوپتا^{۲۹} (۲۰۲۱)، در مطالعه بنیادین خود قابلیت هوش مصنوعی سازمانی را این گونه تعریف می‌کنند که قابلیت هوش مصنوعی، توانایی یک سازمان در به کارگیری ترکیبی از منابع انسانی، داده‌ها، الگوریتم‌ها و زیرساخت‌های محاسباتی برای ایجاد مزیت رقابتی از طریق خودکارسازی، پیش‌بینی و تصمیم‌گیری هوشمند است.

این تعریف بر اساس تئوری مبتنی بر منابع^{۳۰} شکل گرفته و نشان می‌دهد که هوش مصنوعی یک منبع

تعریف می‌شود. نقش مدیریت دانش در نوآوری از مسیرهای زیر قابل تبیین است:

مسیر اول: یکپارچگی دانش^{۲۵} - نوآوری حاصل ترکیب و یکپارچه‌سازی تکه‌های پراکنده دانش از منابع مختلف است. هرچه مدیریت دانش توانمندتر باشد، یکپارچگی مؤثرتر انجام می‌شود. مطالعات اخیر نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی به عنوان میانجی جزئی در رابطه بین رویه‌های نوآوری باز و یکپارچگی دانش عمل می‌کند.

مسیر دوم: کاهش ناهماهنگی شناختی - مدیریت دانش مؤثر با مستندسازی دانش صریح و تسهیل دسترسی به آن، از بازآفرینی چرخ‌های تکراری جلوگیری کرده و منابع شناختی سازمان را برای فعالیت‌های نوآورانه آزاد می‌کند.

4-3- هوش مصنوعی:

استراتژیک ارزشمند است که به سختی قابل کپی‌برداری توسط رقبا می‌باشد. بر اساس چارچوب میکالف و گوپتا (۲۰۲۱)، قابلیت هوش مصنوعی دارای سه بعد اصلی است:

1. بعد تعریف مولفه‌ها

2. بعد شناختی

3. بعد ساختاری

²⁸ Organizational Capability

²⁹ Mikalef and Gupta

³⁰ Resource-Based View

²⁵ Knowledge Integration

²⁶ Rex

²⁷ Capolupo

پژوهش‌های اخیر مفهوم «شبکه اجتماعی هوشمند»³¹ را به عنوان پلی بین سرمایه اجتماعی سنتی و قابلیت‌های هوش مصنوعی معرفی کرده‌اند. در شبکه‌های اجتماعی هوشمند، روابط نه تنها شامل

تعاملات انسان-انسان، بلکه تعاملات انسان-سیستم‌های خبره³² نیز می‌شود. این نوع شبکه نسبت به شبکه‌های سنتی (مانند شبکه دوستی یا شبکه مشورتی) تأثیر بیشتری بر فرآیند نوآوری دانش دارد.

خلق و تسهیم دانش موجود در سرمایه‌های فکری و مدیریت دانش سازمان کمک نماید.

دهقانان و هورندی (۱۳۹۹)، به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه با تأکید بر نقش میانجی انتقال دانش در شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی فعال در حوزه فناوری اطلاعات پرداختند. این پژوهش از نوع کاربردی با ماهیت پیمایشی است. داده‌ها با استفاده از پرسشنامه و به روش نمونه‌گیری تصادفی از شرکت‌های دانش‌بنیان فعال در زمینه فناوری اطلاعات جمع‌آوری شده است. نتایج نشان داد که سرمایه اجتماعی و انتقال دانش بر عملکرد نوآورانه شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی مؤثرند. همچنین، نقش میانجی‌گری انتقال دانش در اثرگذاری سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه مورد تأیید قرار گرفت.

سلطانی و همکاران (۱۳۹۸) به بررسی و تبیین تأثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری با تأکید بر نقش میانجی مدیریت دانش در ادارات آموزش و پرورش استان کردستان پرداختند. این پژوهش با هدف طراحی و تدوین مدل علی خلاقیت و نوآوری با تأکید بر نقش واسطه‌ای مدیریت دانش انجام شده است. نتایج نشان داد فرهنگ سازمانی اثر مثبت و معنادار بر سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش دارد. همچنین، فرهنگ سازمانی و سرمایه اجتماعی اثر مثبت و معنادار بر مدیریت دانش دارند و مدیریت دانش اثر مثبت و معنادار بر خلاقیت و نوآوری دارد. در نهایت، مدل علی خلاقیت و نوآوری با تأکید بر نقش واسطه‌ای متغیر مدیریت دانش تأیید شد.

3- پیشینه پژوهش

رفوآ و بختیار نصرآبادی (۱۴۰۴)، به بررسی واکاوی پیشایندها و پسایندهای ظرفیت جذب دانش در صنعت بیمه پرداختند. این پژوهش با رویکرد کیفی و روش تحلیل مضمون نشان می‌دهد که ظرفیت جذب دانش در صنعت بیمه ایران، برخلاف ادبیات غالب که آن را محرک نوآوری‌های جهشی می‌داند، بیشتر منجر به بهبود عملکرد بیمه‌گری، ارتقای کیفیت تصمیم‌گیری مدیریتی، توسعه تدریجی دانش و فناوری، افزایش رقابت‌پذیری و بهبود تجربه مشتری می‌شود. نکته کلیدی این است که تعمیم ساده الگوهای رایج ظرفیت جذب دانش به صنایع خدماتی تنظیم‌گری شده می‌تواند گمراه‌کننده باشد.

دانش و همکاران (۱۳۹۹)، به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با سرمایه فکری و مدیریت دانش در بیمه ایران استان کرمانشاه پرداختند. این پژوهش با هدف بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با سرمایه فکری و مدیریت دانش در صنعت بیمه انجام شده است. یافته‌ها نشان داد که بین سرمایه اجتماعی با سرمایه فکری و مدیریت دانش رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین، بین ابعاد سرمایه اجتماعی (بعد رابطه‌ای، بعد شناختی و بعد ساختاری) با سرمایه فکری و مدیریت دانش رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. بر اساس یافته‌های این پژوهش، سرمایه اجتماعی می‌تواند به عنوان یکی از قابلیت‌های سازمان به شمار آید و در

³¹ Intelligent Social Network - ISN

³² Expert Systems

در سطوح کاربرد، تحلیل و یادآوری در طبقه‌بندی بلوم، تأثیر معناداری بر نوآوری دانش دارد.

ممد و همکاران (۲۰۲۴) به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی و بار شناختی بر نوآوری با نقش میانجی قابلیت‌های پویای مبتنی بر دانش پرداختند. این پژوهش در خوشه‌های رقابتی مستقر در پارک فناوری کازابلانکا، مراکش انجام شده است. یافته‌ها نشان داد که تراکم شبکه و اعتماد (به عنوان ابعاد سرمایه اجتماعی) به طور مستقیم و غیرمستقیم از طریق قابلیت‌های ترکیب دانش بر نوآوری تأثیر معنادار دارند.

فادیل و همکاران^{۳۵} (2022)، به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی و خلق دانش مشارکتی بر نوآوری و چابکی سازمانی با نقش تعدیل‌گری انعطاف‌پذیری استراتژیک پرداختند. این پژوهش بر روی ۴۱۴ مدیر و معاون مدیر شرکت‌های کوچک و متوسط در اندونزی انجام شده است. یافته‌ها نشان داد که سرمایه اجتماعی به طور معناداری بر خلق دانش مشارکتی، نوآوری و چابکی سازمانی تأثیر می‌گذارد. در مقابل، خلق دانش مشارکتی تأثیر معناداری بر چابکی سازمانی نداشت. همچنین مشخص شد که انعطاف‌پذیری استراتژیک، رابطه بین نوآوری و چابکی سازمانی را تعدیل نمی‌کند.

4- روش تحقیق

در پژوهش حاضر، از روش آمار استنباطی شامل ضریب همبستگی پیرسون، رگرسیون گام به گام و معادلات ساختاری استفاده شده است. بنابراین، جهت بررسی آزمون فرضیه‌های پژوهش از ضریب همبستگی پیرسون و از رگرسیون چندگانه گام به گام جهت نشان دادن احتمال پیش‌بینی‌کنندگی متغیر مدیریت دانش توسط مولفه‌های سرمایه اجتماعی استفاده شده است. برای این منظور جامعه آماری شرکت بیمه البرز انتخاب شد و براساس شاخص‌های توصیفی، افراد نمونه از 162

چابونی و بن^{۳۳} (۲۰۲۶) به بررسی تأثیر قابلیت‌های مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی نوآوری مدل کسب‌وکار پرداختند. این پژوهش با استفاده از داده‌های ۳۹۱ مدیر از بانک‌ها و شرکت‌های بیمه در تونس انجام شده است. نتایج نشان داد که قابلیت‌های مدیریت دانش (شامل زیرساخت دانش شامل فناوری، ساختار و فرهنگ؛ و فرآیندهای دانش شامل کسب، تبدیل، کاربرد و حفاظت) و نوآوری مدل کسب‌وکار به طور معناداری عملکرد سازمانی را بهبود می‌بخشند. همچنین مشخص شد که نوآوری مدل کسب‌وکار در رابطه بین قابلیت‌های مدیریت دانش و عملکرد سازمانی نقش میانجی ایفا می‌کند.

لاتی (2024)، به بررسی تأثیر ظرفیت جذب دانش بر عملکرد کسب‌وکار با نقش میانجی نوآوری و استراتژی‌های رقابتی پرداخت. این پژوهش در شرکت بیمه دانا انجام شده است. نتایج نشان داد که ظرفیت جذب دانش به طور مستقیم و غیرمستقیم از طریق نقش میانجی نوآوری و استراتژی‌های رقابتی بر عملکرد کسب‌وکار تأثیر می‌گذارد. همچنین مشخص شد که تأثیر ظرفیت جذب دانش بر استراتژی‌های رقابتی بیشتر از تأثیر آن بر سایر متغیرها است و در میان عوامل تأثیرگذار بر عملکرد کسب‌وکار، استراتژی‌های رقابتی بیشترین تأثیر را دارند.

جیانگ و وانگ^{۳۴} (۲۰۲۴)، به بررسی نوآوری دانش پویا مبتنی بر هوش مصنوعی: سرمایه اجتماعی و مسیرهای شناختی در نوآوری صنعت مالی با استفاده از الگوریتم گرادیان نزولی بر روی ۴۰۰ نمونه از صنعت مالی پرداختند. نتایج این بررسی حاکی از آن است که سرمایه اجتماعی تولید شده توسط هوش مصنوعی (از طریق ISN) در مقایسه با سایر انواع شبکه‌ها به ویژه

³⁵ Fadil et al

³³ Chaabouni and Ben Ghanem

³⁴ Jiang and Wang

می‌کند.

4- برآورد مدل

در این قسمت براساس اطلاعات فراهم‌آمده، به بررسی و تحلیل سؤالات پژوهشی مطرح‌شده پرداخته می‌شود. باتوجه به اینکه نرمال‌بودن توزیع نمونه‌ها با استفاده از آزمون K-S مورد تأیید قرار گرفته است. در این بخش از آزمون‌های آماری همبستگی، رگرسیون گام‌به‌گام از نوع پارامتریک، استفاده شده است.

در پاسخ به سؤال‌های تحقیق که آیا میان سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش در بیمه البرز رابطه معناداری وجود دارد؟ و آیا میان ابعاد سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش در بیمه البرز رابطه معناداری وجود دارد؟ از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است که نتایج آن در جدول (1) ارائه شده است.

جدول 1: نتایج ماتریس همبستگی

متغیرها	سرمایه اجتماعی	مدیریت دانش	هوش مصنوعی	نوآوری
سرمایه اجتماعی	1			
مدیریت دانش	*0/64	1		
هوش مصنوعی	*0/32	*0/46	1	
نوآوری	*0/48	*0/55	*0/42	1

منبع: یافته‌های پژوهشگر، *نشان‌دهنده سطح معناداری 0/01 است.

همچنین، برای بررسی روابط میان ابعاد سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش در بیمه البرز از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است که نتایج آن در جدول (2) ارائه شده است.

نفر مرد و 188 نفر زن تشکیل می‌شود که از میان آن‌ها 74/8 درصد دارای مدرک کارشناسی، 22/2 درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد و 3 درصد دارای مدرک دکتری تخصصی بودند.

فرضیات تحقیق به شرح ذیل تدوین می‌شوند:

1. میان سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش مبتنی بر هوش مصنوعی در بیمه البرز رابطه معناداری وجود دارد.
2. میان مدیریت دانش مبتنی بر هوش مصنوعی با نوآوری در بیمه البرز رابطه معناداری وجود دارد.
3. میان سرمایه اجتماعی با نوآوری در بیمه البرز رابطه معناداری وجود دارد.
4. مدیریت دانش مبتنی بر هوش مصنوعی در رابطه میان سرمایه اجتماعی و نوآوری نقش میانجی معناداری دارد.
5. هوش مصنوعی رابطه میان مدیریت دانش مبتنی بر هوش مصنوعی و نوآوری را تعدیل

نتایج جدول (1)، نشان می‌دهد که میان تمامی روابط همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد به‌طوریکه همبستگی میان سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش برابر با 0/64 است و از بقیه روابط شدت قوی‌تری دارد که با نتایج مطالعات ناهاپیت و گوشال (1998) و پنگ (2024) همخوانی دارد. به‌عبارت دیگر وجود هر کدام از متغیرها به تقویت مدیریت دانش در بیمه البرز کمک شایانی می‌کند.

جدول 2: نتایج همبستگی ابعاد سرمایه اجتماعی

رابطه	ضریب همبستگی	جهت همبستگی	سطح معناداری
سرمایه اجتماعی ← مدیریت دانش	0/64	مثبت	0/01
شبکه‌ها ← مدیریت دانش	0/48	مثبت	0/01
اعتماد ← مدیریت دانش	0/69	مثبت	0/01
روابط ← مدیریت دانش	0/59	مثبت	0/01
فهم متقابل ← مدیریت دانش	0/52	مثبت	0/01
تعهد ← مدیریت دانش	0/55	مثبت	0/01
ارزش‌های مشترک ← مدیریت دانش	0/48	مثبت	0/01
همکاری ← مدیریت دانش	0/56	مثبت	0/01

منبع: یافته‌های پژوهشگر

در بیمه البرز می‌شود. نتایج فوق با نتایج مطالعات ابیلی و زارع خلیلی (1391)، محمدی و حسینی (1400)، شیخ و همکاران³⁶ (2023) و چو و الوارنگ³⁷ (2023) همسو می‌باشند.

نتایج جدول (2)، نشان می‌دهد که میان تمامی روابط همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد به‌طوریکه همبستگی میان اعتماد و مدیریت دانش از بقیه روابط شدت قوی‌تری دارد. به عبارت دیگر وجود هر کدام از ابعاد سرمایه اجتماعی منجر به تقویت مدیریت دانش

جدول 3: نتایج رگرسیون گام به گام

گام‌ها	متغیر وارد شده	متغیرهای پیشین	R ²	سهام در پیش-بینی	B	Beta	آماره T	آماره احتمال
1	اعتماد	اعتماد	0/48	٪48	0/19	0/54	8/13	0/000
2	فهم متقابل	اعتماد	0/52	٪8	0/18	0/27	4/11	0/000
		فهم متقابل			0/16	0/64	9/28	0/002
3	شبکه‌ها	اعتماد	0/61	٪4	0/13	0/41	5/90	0/001
		فهم متقابل			0/16	0/27	4/14	0/000
		شبکه‌ها			0/09	0/23	3/52	0/001
4	هوش مصنوعی	اعتماد	0/64	٪6	0/12	0/48	5/81	0/000
		فهم متقابل			0/11	0/22	4/2	0/000
		شبکه‌ها			0/09	0/29	3/83	0/000
		روابط			0/10	0/18	2/65	0/007

منبع: یافته‌های پژوهشگر

جدول (3)، نشان می‌دهند که با ورود هوش مصنوعی از میان ابعاد هفت‌گانه سرمایه اجتماعی سازمانی، تنها اعتماد با ضریب بتای 0/48، بعد

جهت بررسی نقش تعدیل‌گری هوش مصنوعی در تأثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری در شرکت بیمه البرز، از تحلیل رگرسیون استفاده شده است. نتایج

³⁷ Choo and Alvarenga

³⁶ Sheikh et al

مجموع 66/0 درصد از واریانس (تغییرات) مدیریت دانش شرکت بیمه البرز را تبیین نمایند که در این میان هوش مصنوعی 6 درصد از واریانس (تغییرات) مدیریت دانش شرکت بیمه البرز را تبیین می‌نماید. در ادامه به بررسی فرضیه‌های تحقیق با استفاده از معادلات ساختاری که نتایج آن در جدول (4)، به شرح ذیل آورده شده است.

جدول 4: نتایج آزمون فرضیه‌ها

نتایج	ضریب بتا	فرضیه‌ها
تأیید	0/55	سرمایه اجتماعی ← مدیریت دانش مبتنی بر AL
تأیید	0/48	مدیریت دانش مبتنی بر AL ← نوآوری
تأیید	0/32	سرمایه اجتماعی ← نوآوری
تأیید	VAF=45/2%	نقش میانجی مدیریت دانش
تأیید	$\Delta R^2 = 0/09$	تعدیل‌گری هوش مصنوعی

منبع: یافته‌های پژوهشگر

بیمه البرز در چارچوب نظریه‌های ناهاپیت و گوشال و ویلانوا و جوسا می‌باشد. نتایج به‌دست‌آمده از رابطه میان متغیر سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش در یک شرکت بیمه البرز در سطح اطمینان 99 درصد نشان می‌دهد که یک رابطه‌ای مثبت و معنادار میان دو متغیر سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش وجود دارد به این معنا که با افزایش سرمایه اجتماعی سازمانی، فرایندهای مدیریت دانش در شرکت بیمه البرز به‌طور مؤثر اجرایی خواهند شد. در واقع می‌توان گفت که هر چقدر سطح سرمایه اجتماعی سازمانی بالاتر رود، آن سازمان دانش محورتر خواهند بود.

دیگر نتایج این پژوهش حاکی از آن است که میان ابعاد سرمایه اجتماعی شامل شبکه‌ها، اعتماد، ارزش‌ها، روابط، همکاری، تعهد و فهم متقابل با متغیر مدیریت دانش رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و فرضیه‌های تحقیق تأیید می‌شوند. همچنین نتایج پژوهش نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر مدیریت دانش مبتنی بر هوش مصنوعی و عملکرد نوآورانه دارد. مدیریت دانش مبتنی بر هوش مصنوعی نیز بر عملکرد نوآورانه تأثیر قوی و مثبتی دارد

فهم متقابل با ضریب بتای 22/0 و بعد شبکه‌ها با ضریب بتای 29/0 و در نهایت روابط با ضریب بتای 18/0 به‌عنوان متغیرهای پیش‌بینی کننده می‌باشند. دیگر ابعاد سهم معنی‌داری در پیش‌بینی مدیریت دانش در بیمه البرز نداشته است. به عبارت دیگر در پیش‌بینی مدیریت دانش، سهم ابعاد (ارزش‌ها، تعهد، همکاری) بسیار ناچیز بوده است. همچنین چهار مؤلفه شبکه‌ها، فهم متقابل، اعتماد و روابط در

نتایج جدول (4)، فرضیه‌های مورد بررسی را در تحقیق تأیید می‌کند. در واقع، نتایج پژوهش نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر مدیریت دانش مبتنی بر هوش مصنوعی ($\beta = 0.55$) و عملکرد نوآورانه ($\beta = 0.32$) دارد. مدیریت دانش مبتنی بر هوش مصنوعی ($\beta = 0.48$) نیز به نوبه خود بر عملکرد نوآورانه تأثیر قوی و مثبتی دارد و نقش میانجی جزئی ایفا می‌کند (45 درصد از اثر کل). مهم‌تر آنکه، قابلیت‌های هوش مصنوعی رابطه بین مدیریت دانش و عملکرد نوآورانه را تعدیل می‌کنند ($\beta = 0.21$)؛ به این معنا که در سازمان‌هایی با قابلیت هوش مصنوعی بالاتر، تأثیر مدیریت دانش بر نوآوری به مراتب قوی‌تر است. با توجه به میانگین پایین قابلیت‌های هوش مصنوعی در بیمه البرز (۲.۸۶ از ۵)، سرمایه‌گذاری هدفمند در زیرساخت‌ها و مهارت‌های هوش مصنوعی به‌عنوان یک اولویت استراتژیک توصیه می‌شود.

6- نتیجه‌گیری

هدف از پژوهش حاضر، بررسی نقش تعدیل‌گری هوش مصنوعی در تأثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری در شرکت

محرك اعتماد بين فردی و سازمانی و همچنین توسعه شبکه‌ها و روابط میان افراد یا برعکس مانع این اعتمادسازی و روابط باشند، بر استقرار و توسعه سیستم مدیریت دانش در سازمان تأثیرگذار خواهند بود. بنابراین توصیه می‌شود که اول، یک سیستم پاداش ماهانه برای کارکنانی که دانش خود را به اشتراک می‌گذارند (هزینه کم، تأثیر بسیار بالا) راه‌اندازی گردد. دوم، برنامه‌هایی جهت افزایش اعتماد سازمانی از طریق شفافیت و جلسات مستقیم مدیران با کارکنان تدوین و اجرا گردد. سوم، یک پایگاه دانش هوشمند در دو فاز که بستری برای ذخیره و بازیابی سریع دانش فراهم می‌کند، طراحی شود. اجرای همزمان این سه توصیه، نوآوری سازمانی را در شرکت بیمه البرز به‌طور معناداری افزایش خواهد داد.

و نقش میانجی جزئی ایفا می‌کند و قابلیت‌های هوش مصنوعی رابطه بین مدیریت دانش و عملکرد نوآورانه را تعدیل می‌کنند.

ابعاد سرمایه اجتماعی به‌ویژه اعتماد، شبکه‌ها، روابط و همکاری با تسهیم اثربخش اطلاعات، کنترل تغییر اطلاعات و کاهش هزینه‌های اجرایی و مدیریتی، افراد را به مشارکت و همکاری با یکدیگر و همچنین خلق و تسهیم دانش‌های جدید ترغیب می‌کند، که این امر به نوبه خود فرایندهای مدیریت دانش در سازمان را تسهیل می‌کند. برای خلق و تسهیم دانش باید سطح بالایی از اعتماد و خوش‌بینی در روابط اعضای سازمان با یکدیگر وجود داشته باشد. روابط مبتنی بر اعتماد موجب شفافیت سیاسی، ارتباطات مؤثر و مهارت‌های همکاری می‌شود (ابیلی و زارع خلیلی، 1391؛ منوریان، عسگری و آشنا 1386). در واقع می‌توان گفت که تمام عواملی که مشوق و

منابع:

1. افشار، مهدی؛ عسگری ماسوله، سعید؛ محمدی، مینا. (1392). بررسی چگونگی ارتباط گرایش به کارآفرینی سازمانی با مدیریت دانش در شرکت بیمه البرز. کنفرانس ملی حسابداری و مدیریت، تهران، 1-26.
2. رحیمی، محمد؛ کریمی، زهرا. (1390). سرمایه اجتماعی سازمانی: ابزار دانش‌پروری (مورد: شرکت بیمه البرز). هجدهمین همایش ملی و چهارمین سمینار بین‌المللی بیمه و توسعه، تهران، 1-12.
3. رفوآ، شبنم؛ بختیار نصرآبادی، حسینعلی. (1404). واکاوی پیشایندها و پسایندهای ظرفیت جذب دانش در صنعت بیمه. پژوهشنامه بیمه.
4. ابیلی، خدایار؛ زارع خلیلی، مجتبی. (1392). رابطه بین سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش در یک شرکت بیمه دولتی، پژوهشنامه بیمه، 2(2)، 148-160.
5. دانش، فرشید؛ کاظمی علیشاهی، حمید، رحیمی؛ صالح؛ سهیلی، فرامرز. (1399). رابطه سرمایه اجتماعی با سرمایه فکری و مدیریت دانش در بیمه البرز. پژوهشنامه مدیریت در صنعت، 1(1)، 1-11.
6. دهقانان، حامد؛ هورندی، عطاء اله. (1399). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه با تأکید بر نقش میانجی انتقال دانش (مطالعه موردی شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی فعال در حوزه فناوری اطلاعات). مدیریت نوآوری، 9(2)، 1-24.
7. سلطانی، محمد؛ رحیمی، علی؛ کریمی، سجاد. (1398). بررسی و تبیین تأثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری با تأکید بر نقش میانجی مدیریت دانش. فصلنامه علوم مدیریت ایران، 14(54)، 45-68.
8. محمدی، رضا؛ حسینی، سعید. (1400). ارزیابی تأثیر مدیریت دانش بر سرمایه‌های منابع انسانی در شرکت بیمه البرز. پژوهشنامه مدیریت و مهندسی صنایع، 3(7)، 45-62.
9. Argote, L., & Miron-Spektor, E. (2011). Organizational learning: From

- Innovation: Social Capital and Cognitive Pathways in Financial Industry Innovation. In Proceedings of ICAIDM 2024. Atlantis Press.
20. Jiang, W., Li, Y., & Wang, X. (2024). AI-driven dynamic knowledge innovation: Social capital and cognitive pathways in financial industry innovation. In Proceedings of ICAIDM 2024. Atlantis Press.
21. KMWorld. (2025). State of Knowledge Management Report 2025. KMWorld Publishing.
22. Lati, M. (2024). The effect of knowledge absorption capacity on business performance: The mediating role of innovation and competitive strategies. *Iranian Journal of Insurance Research (Bimah)*, 15(1), 45-68.
23. Mamad, D., Kacim, I., & El Abboubi, M. (2024). Investigating the influence of social capital and cognitive load on innovation: The mediating role of knowledge-based dynamic capabilities. *Journal of the Knowledge Economy*, 15(3), 1-28.
24. Mikalef, P., & Gupta, M. (2021). Artificial intelligence capability: Conceptualization, measurement calibration, and empirical study on its impact on organizational creativity and firm performance. *Information & Management*, 58(3), 103434.
25. Mikalef, P., & Gupta, M. (2021). Artificial intelligence capability: Conceptualization, measurement calibration, and empirical study on its impact on organizational creativity and firm performance. *Information & Management*, 58(3), 103434.
26. Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.
27. Nonaka, I., & Konno, N. (1998). The concept of "ba": Building a foundation for knowledge creation. *California Management Review*, 40(3), 40-54.
28. Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). The knowledge-creating company: experience to knowledge. *Organization Science*, 22(5), 1123-1137.
10. Alavi, M., & Leidner, D. E. (2001). Knowledge management and knowledge management systems: Conceptual foundations and research issues. *MIS Quarterly*, 25(1), 107-136.
11. Albats, E., & Podmetina, D. (2025). Managing knowledge for open innovation: A systematic literature review and future research agenda. *Technovation*, 139, 103118.
12. Ben Ghanem, S., & Chaabouni, J. (2026). The impact of knowledge management capabilities on organizational performance: The mediating role of business model innovation. *Journal of Knowledge Management*, 30(2), 401-425.
13. Capolupo, P. (2024). Mapping research on knowledge management in family firms: a bibliometric analysis. *Journal of Knowledge Management*, 28(9), 2564-2589.
14. Choo, C. W., & Alvarenga Neto, R. C. D. (2023). Beyond the ba: Enabling conditions for knowledge creation. *Journal of Knowledge Management*.
15. Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1990). Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35(1), 128-152.
16. Durrant, M., et al. (2024). Knowledge management in the digital age. *Journal of Knowledge Management*, 28(5), 1289- 1306.
17. Durrant, M., et al. (2024). Knowledge management in the digital age. *Journal of Knowledge Management*, 28(5), 1289-1306.
18. Fadil, D. A., Indarti, N., & Wibowo, A. (2022). The effect of social capital on innovation and organizational agility through collaborative knowledge creation: The moderating role of strategic flexibility. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 29(5), 721-744.
19. Jiang, W., Li, Y., & Wang, X. (2024). AI-Driven Dynamic Knowledge

34. Seyyed Amiri, N., et al. (2024). Social capital and entrepreneurship: The mediatory role of innovation. HUMAK Finna.
35. Sheikh, H., Prins, C., & Schrijvers, E. (2023). Artificial Intelligence: Definition and Background. In Mission AI (pp. 15-41). Springer, Cham.
36. Spellerberg, A., (2001). Framwork for the measurement of social capital in New Zealand. Published by Statistics New Zealand, The Taritatau, Wellington, New Zealand.
37. Vilanova, E.P.; Josa, R.T., (2003). Social capital as a managerial phenomenon. Working Paper, Tampere University of Technology.
38. Weber, B.; Weber, C.H., (2007). Corporate venture capital as a means of radical innovation: Relational fit, Social capital, and knowledge transfer. Journal of Engineering & Tecnology .01.ool.
39. Wiig, K. M. (2001). Knowledge management: an emerging discipline rooted in a long history. Knowledge Management and Business Model Innovation, 3-32.
40. Wikaningrum, T., & Kartikasari, L. (2023). Integration of talent management and knowledge management for enhancing innovation performance. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 26(2), 331-348.
- How Japanese companies create the dynamics of innovation. Oxford University Press.
29. Obeidat, A. M., Khaddam, A. A., Alzghoul, A., Al Afeshat, M. T. M., & Al Ghizzawi, M. (2026). How business intelligence shapes service innovation: Knowledge sharing as a mediator and culture as a moderator in the Jordanian context. Paradigm, 1(1).
30. Owens, E., Sheehan, B., Mullins, M., Cunneen, M., Ressel, J., & Castignani, G. (2022). Explainable Artificial Intelligence (XAI) in insurance. Patterns, 3(7), 100362.
31. Peng, M. Y. P. (2024). Breaking down barriers: exploring the impact of social capital on knowledge sharing and transfer in the workplace. Humanities and Social Sciences Communications, 11(1), 1-12.
32. Razia, A. S., Alkababji, M. W., Ruzieh, A. S., Awwad, B. S., & Razia, B. S. (2024). Competitive Advantage in Light of AI to Achieve Innovative as a Key of the SDGS: Palestinian Insurance Industry. Journal of Lifestyle and SDGs Review, e01870.
33. Roxas, B. (2008). Social capital for knowledge management: The case of SMEs in the Asia-Pacific Region. Asian Academy of Management Journal, 13(2), 57-77.