

آموزش، مدیریت آموزش و سرمایه اجتماعی¹ (رهیافتی به سوی خلاقیت و نوآوری)

مونا یوسف زاده¹، امیر جبلی²

1- کارشناسی ارشد امور فرهنگی-مدیریت امور فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب

2- پژوهشگر و دکتری تخصصی (Ph.D) مدیریت دانشگاه تهران

چکیده

هدف: چگونگی تاثیر آموزش منابع انسانی¹ و اثرگذاری آن بر توانمندسازی² کارکنان و در نهایت تبدیل آن به سرمایه انسانی³ که مسبب رهیافتی⁴ به سوی خلاقیت⁵ و نوآوری⁶ می‌تواند بر کیفیت کارایی⁷، هماهنگی و تسریع در اثربخشی⁸ و در نهایت بر عملکرد کارکنان تاثیر مطلوب گذاشته و منجر به خلق تعاملات مبتنی بر اعتماد و ارزیابی⁹ و ارزشیابی¹⁰ مطلوبی باشد.

پارادایم تحقیق: پارادایم پساساختارگرا

نوع مقاله: مطالعه علمی-مروری

منابع داده ها/ (متدولوژی) روش‌شناسی/ رویکرد: در این راستا با استفاده از روش ناشی کیفی، رویکرد هدفمند و بکارگیری اشباع نظری، مصاحبه‌هایی نیمه ساختار یافته با متخصصین آموزش کارکنان و رجوع به پایگاه‌های داده‌های معتبر و سرفصلهای موضوعی، همچنین مطالعه کتابخانه‌ای انجام گردید.

یافته‌های مقاله: آموزش در ابعاد چندگانه نیروی انسانی منجمله بعد ارتباطی: شاخه‌های همانند، اعتماد و تعهدات مشترک تسهیل کننده روابط، بعد شناختی: وجود دیدگاه مشترک، ادراک همگن، زبان، بیش مشترک، روایت و کدهای مشترک وجود اشتراک نام در درون شبکه اجتماعی سازمان و بعد ساختاری: شامل شکل، ترکیب، فراوانی و شدت ارتباطات اعضای سازمان و پیوندهای جاری و زنده در یک شبکه اجتماعی یا سازمان تاثیر عمیقی بر توانمندسازی کارکنان دارد. و در ابعاد خلاقیت و نوآوری نیز رویکرد صفات مشخصه¹ و ویژگی‌های فردی و رویکرد رفتاری² یا فرایندی نیز نتیجه‌گیری شده است.

پیامدهای عملی: انعکاس‌های کاربردی و اجرایی این مطالعه بهبودسازی شرایط سازمان اجتماعی و اجتماعی سازی سازمانها و تواناسازی کارکنان است بطوری که ارزیابی و ارزشیابی کارکنان همچنین مدیریت آنتروپی سازمانی در تعالی خود باشد.

ارزش مقاله: این مقاله سرآمد همه توفیقات محیطی همچنین مسبب مزیت رقابتی در دنیای پیچیده و تصاعدی کنونی را آموزش از نوع کیفی و اثرگذار معرفی می‌کند.

کلمات کلیدی: آموزش، مدیریت، سرمایه اجتماعی، خلاقیت، نوآوری

¹ Social capital

1- مقدمه

دوره معاصر عصر دانش نامگذاری شده است به گونه‌ای که دانشگران^۲ جایگزین واژه کارگران و کارکنان شده و به تبع آن سازمان‌ها دانش‌محور شده‌اند. اگر در گذشته خروجی‌های سازمان در قالب کالا یا خدمات بود امروزه دانش شده است. برخی کشورها به رغم پیشینه جنگ و ناروایی محیطی اما به مدد توسعه و بهبود منابع انسانی از طریق خلق دانش و جامعه‌پذیری، دنیا تحت تاثیر رفتار آنها قرار دارد و در معادلات اقتصادی و حتی سیاسی و جهان به رغم نداشتن ارتش دارای جایگاه ویژه هستند. این تغییر و تحولات توجه اندیشمندان را بیش از پیش به توسعه خلق دانش که اصلی‌ترین عامل آن منابع انسانی می‌باشد رهنمون نمود. مدیریت هوشیار برآن است که در جهت بکارگیری ابزاری به نام دانش برای مواجهه با شرایط پرتلاطم عدم اطمینان، ایجاد و حفظ خلاقیت و نوآوری به منظور توسعه سرمایه اجتماعی و حفظ حیات مزیت رقابتی به عنوان راهبردی ضروری بدان بنگرند.

مدیریت نوآوری فرایندی است که از طریق ترکیب و انسجام بخشی ابعاد مختلف دانش، بدیهیات را پدید می‌آورد. بکارگیری دانش ضمنی در فرایند نوآوری و خلاقیت تأثیری نافذ در کارایی و به سبب آن اثربخشی خواهد داشت.

به موجب ارتباطات درهم تنیده آنچه گفتیم، مهارتها، تجارب، ارزش‌های کاری و هنجارهای حرفه‌ای در سازمانها ضرورتاً می‌بایست باهم تلفیق گردند که روح جاری و زنده در سرمایه اجتماعی بوده که این امر از شریان‌های اصلی خودجوش (خودخواهی نه خودخواهی) انسجام بین کارکنان است؛ چون خلاقیت و نوآوری سازمانی در گرو اقدام باهم و برای هم و برهم است. (اقتباس از جبلی، 1399)

متدولوژی (روش‌شناسی تحقیق)

در این راستا با استفاده از روش کیفی، رویکرد هدفمند و بکارگیری اشباع نظری، مصاحبه‌هایی نیمه ساختار یافته با متخصصین آموزش کارکنان و رجوع به پایگاه‌های داده‌های معتبر و سرفصلهای موضوعی؛ همچنین مطالعه کتابخانه‌ای انجام گردید.

پارادایم پسا ساختارگرا؟ که پست مدرن^۳ نیز نامیده می‌شود در خصوص نگرش در مورد ارتباط دانش با روابط قدرت مشابه پارادایم انتقادی می‌باشد. اما برخلاف پژوهشگران انتقادی مدرن با دانش و قدرت به عنوان چیزی پراکنده ناپایدار و جمعی برخورد می‌کنند. بدین لحاظ این پارادایم موقعیت‌های تسلط و خود تابعی پایداری و تغییر را مشخص می‌سازد. آنان فرض می‌کنند که همه مردم، فضایی برای فعالیت دارند و می‌توانند داوطلبانه تصمیم بگیرند. حتی افرادی که در موقعیت‌های ضعیف قرار دارند برای به چالش کشیدن و شکل دهی مجدد محدودیت‌هایی که با آنها مواجه هستند از مقداری قدرت برخوردارند.

^۲ knowledge Worker^۳ Post structuralism paradigm^۴ Postmodernism paradigm

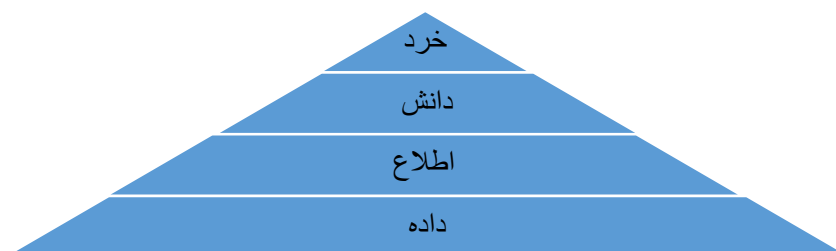
پست مدرنیست‌ها کلیت حقایق و قطعیت را مورد تردید قرار می‌دهند، نظریه‌ها و روایت‌های مهمی که یک پدیده را به تازگی توضیح می‌دهند، رد می‌کند و با این ایده که فقط با یک پژوهش بیشتر، می‌توانیم جهان را بهتر کنترل کنیم مخالفت میکنند. پژوهشگران پست مدرن، حقیقت و دانش را تکه‌تکه، متعدد، جایگزین و چند وجهی در نظر گرفته و شناخت حقیقت را تقریباً غیر ممکن می‌دانند و معتقدند که گردآوری داده ممکن است به جای اینکه ما را به شناخت حقیقت نزدیکتر کند، بیشتر از آن دور کند. پست مدرنیست‌ها برای بسیاری از لایه‌های معانی، سطح زیرین تفاسیر را کاوش می‌کنند. از دیدگاه پست مدرن، هدف روشهای کیفی بررسی محاسبات قدرت، روشهای چند وجهی هستی و ماهیت مناظره برتری می‌باشد. (خنیف، مسلمی 1395)

2- مبانی نظری

تغییر ساختارهای سازمانی و به ویژه فرآیندهای آن، رقابت شدید در محیط کسب و کار، دانش محور شدن سازمان‌ها و مدیریت دانش، ظهور مفاهیمی چون مدیریت سرمایه‌های فکری و مدیریت دانش ضرورت توانمندسازی⁵ و پرورش استعدادها و مهارت‌ها را مضاعف کرده است. نشانگرهای فوق چنین می‌نمایند که اگر امر آموزش و توانمندسازی کارکنان جدی گرفته نشود شکست و نهایتاً باید مرگ سازمان را انتظار داشت.

هرچند برخی مدیریت دانش را مترادف مدیریت اطلاعات می‌دانند ولی توضیحات بعدی تایید می‌نماید که این دو یکی نیستند. مدل سلسله مراتب ذیل نشان می‌دهد که سطح دانش از نظر کیفی و مرتبه بالاتر از اطلاع قرار دارد:

داده⁶ همان آگاهی‌های خام است که وقتی پردازش می‌شود تبدیل به اطلاع⁷ می‌شود و اطلاع هنگامی که به صورت تئوریک زیرساخت عمل را فراهم می‌آورد تبدیل به دانش⁸ می‌شود و دانش پرورش یافته و بالغ شده، باعث ایجاد خرد⁹ می‌شود.



نگاره 1-1 سلسله مراتب دانش

⁵ Empowerment

⁶ data

⁷ Information

⁸ knowledge

⁹ wisdom

با این توضیح به برخی تعاریف رایج مدیریت دانش اشاره می‌شود. مدیریت دانش فرآیند جمع‌آوری، ثبت، پردازش، تولید، طبقه‌بندی، انتشار، بازیابی و ذخیره‌سازی دانش در سازمان می‌باشد. دیگری مدیریت دانش را یک رویکرد نظام یافته یکپارچه برای شناخت، استفاده و سهیم شدن در تجارب و تخصص‌های کدگذاری شده و نشده در سازمان تعریف می‌کند.

تفاوت بین واژه‌های درونی دانش و اهتمام به آن می‌تواند ناجیان دانش و آموزش در سازمان را با نگاهی شفاف به توانمندسازی رهنمود سازد.

در ادبیات انسانی واژه‌های آموزش^{۱۰} و رشد و توسعه^{۱۱} (پرورش) گاهی مواقع جایگزین یکدیگر می‌شوند که ضرورت دارد تفاوت آنها به شرح زیر مد نظر قرار گیرد:

از نظر ماهیت: در آموزش بیشتر ارتقای مهارت فنی^{۱۲} و مالی در پرورش یا توسعه بهبود مهارت ادراکی^{۱۳} شناخته آینده مد نظر است.

از نظر زمان: کارآموزی در مقایسه با آموزش‌های رشد و توسعه زمان کمتری را به خود اختصاص می‌دهد.

از نظر محتوا: در آموزش محتوا محدود، تک جنبه‌ای، خواص و تکمیلی است اما در رشد و توسعه محتوا چند جنبه‌ای است و حوزه‌های مختلف را پوشش می‌دهد.

از نظر هدف: در آموزش هدف ایجاد مهارت فنی (تسلط بر فنون و روشهای انجام کار) ولی در پرورش مهارت ادراکی (یکپارچگی تلاش‌ها در جهت تحقق اهداف کلان) مد نظر است.

از نظر سطوح سازمانی: آموزش عموماً برای سطوح عملیاتی، سرپرستی و صفی کاربرد دارد درحالیکه پرورش برای سطوح میانی و عالی کاربرد دارد.

تعریف آموزش

نخستین اندیش‌مندانی که درباره آموزش و پرورش داد سخن داده‌اند، فیلسوفان یونانی مانند سقراط و افلاطون بوده‌اند. در عصر حاضر نیز متفکران غربی تعاریفی از آموزش و پرورش به دست داده‌اند. جان دیویی: «آموزش و پرورش دوباره ساختن یا سازمان دادن تجربه است، به منظور اینکه معنای تجربه گسترش پیدا کند و برای هدایت و کنترل تجربیات بعدی، فرد را بهتر قادر سازد.

ژان ژاک روسو: «آموزش و پرورش هنر یا فنی است که به صورت راهنمایی یا حمایت نیروهای طبیعی و استعدادهای فراگیر (متربی)، و با رعایت قوانین رشد طبیعی و با همکاری خود او برای زیستن تحقق می‌پذیرد.

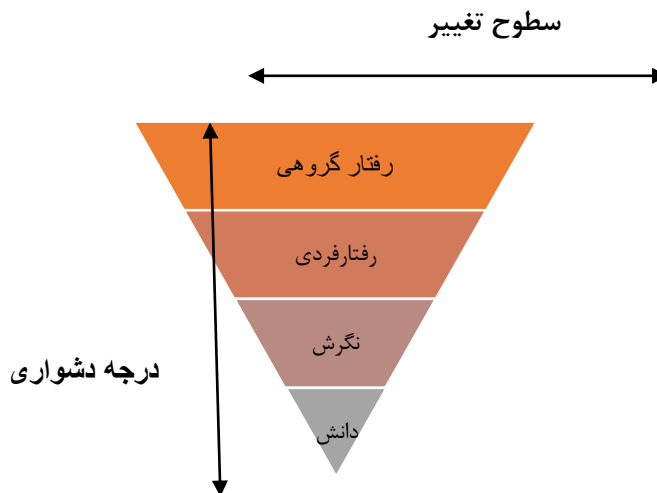
¹⁰ training

¹¹ development

¹² Technical skill

¹³ Conceptual skill

آموزش به معنی فرایند یادگیری و یادگیری تغییرات نسبتاً پایدار در رفتار فرد یا گروه است که از تجربه مستقیم یا غیرمستقیم فرد ناشی می‌شود که می‌تواند در عملکرد وی نافذ باشد. یادگیری یا معرفت‌پذیری از طرق گوناگون نظیر مشاهده، مصاحبه، دانش، بینش، استقرا، قیاس و الگوگیری از پدیده‌های طبیعی صورت می‌گیرد. یادگیری دارای سطوح مختلفی است. سطوح یادگیری و میزان دشواری آن در حالا به شکل مقابل نشان داده می‌شود (احمدی، صالحی، 1396):



یادگیری زمانی اتفاق می‌افتد که تغییر در رفتار فردی یا گروهی صورت گرفته باشد. البته تغییر در دانش و نگرش مقدمه تغییر رفتار است. انسان نقش محوری در تولید، خلق و انتشار دانش دارد همچنین اصول (ارکان) یادگیری به شرح زیر است:

• **یادگیری و انگیزه:** هر قدر انگیزه فرد بیشتر باشد عمق و کیفیت یادگیری افزایش می‌یابد، پس استفاده از ساز و کارهای مناسب و انگیزشی در جهت بهبود کیفیت آموزش امری ضروری است.

• **یادگیری و تمرین:** هر وقت موضوع یادگیری همراه با تمرین (عمل^{۱۴}) و تکرار باشد، یعنی یافته‌های حاصل از آموزش در عالم واقع به کار گرفته شود عمق یادگیری افزایش می‌یابد. مثلاً اگر فردی به تمام تئوری‌های شنا مسلط باشد و در آزمون‌های آن نمره ۲۰ را کسب کرده باشد ولی آب را ندیده باشد نمی‌توان یافته و به یادگیری تلقی کرد.

¹⁴practice

• **یادگیری و بازخورد:** یعنی در فرآیند یادگیری اگر با آموزش گیرنده در رابطه با میزان یادگیری وی به موقع و صحیح بازخورد داده شود عمق و کیفیت یادگیری بهبود می‌یابد.

• **یادگیری و پاداش:** هر قدر فرآیند یادگیری همراه با اعطای پاداش اعم از مادی یا غیر مادی باشد رغبت و انگیزه یادگیرنده بیشتر می‌شود.

حال با توجه به موارد مذکور می‌توان به اهمیت آموزش و به تبع آن یادگیری و در نهایت تبلور آن در کالبد رویکردهای سازمانی به منظور استخراج کارایی و بهره‌وری پی برد.

مدیریت دانش

رشته مدیریت آموزش شی^{۱۵} یکی از حوزه‌های مطالعاتی دانش مدیریت است. علم مدیریت آموزش شی^{۱۶}؛ مجموعه‌ای منسجم از دانش حاصل از کاربرد روش علمی به منظور توصیف خصوصیات و تبیین عناصر سازمانی و روابط فی‌مابین آنها در سازمانهای آموزشی است.

دانشگاه میشیگان نخستین دانشگاهی بود که در سال ۱۸۸۱ رشته مدیریت آموزش شی در آن تاسیس شد. در این دانشگاه ویلیام هارولد پین^{۱۷} دوره‌های مدیریت آموزشی را برای مدیران طراحی و اجرا نمود. اولین دوره دکتری مدیریت آموزش شی نیز در سال ۱۹۰۵، توسط دانشگاه کلمبیا برگزار گردید و هشت نفر در این رشته درجه دکتری مدیریت آموزشی دریافت کردند.

دکتر محمد علی طوسی: رشته مدیریت آموزش شی برای اولین بار در ایران در سال ۱۳۴۶ در دانشسرای عالی تهران تاسیس شد و به تدریج در سایر دانشگاه‌های کشور توسعه یافت.

سازمان آموزش شی یک سیستم اجتماعی است. این سیستم متشکل از دو بعد هنجاری^{۱۸} و شخصی^{۱۹} است؛ بعد هنجاری از سه عنصر سازمان^{۲۰}، نقش^{۲۱} و انتظارات^{۲۲} و بعد شخصی نیز از سه عنصر فرد^{۲۳}، شخصیت^{۲۴} و نیازها-پیش آمادگی‌ها^{۲۵} تشکیل می‌گردد.

آر. ویلبرن کلاوس^{۲۶}: رابرت ویلبرن کلاوس ضمن تشریح ماهیت کارآفرینی در مدیریت آموزشی، تئوری نقش^{۲۷} در سازمانهای آموزشی را تبیین نموده است. طبق این تئوری، هنجارهایی که توسط موقعیت اجتماعی

¹⁵ Educational Administration

¹⁶ Educational Management

¹⁷ William H. Payne

¹⁸ Nomothetic

¹⁹ Ideographic

²⁰ Institution

²¹ Role

²² Expectation

²³ Individual

²⁴ Personality

²⁵ Need-Disposition

²⁶ R. Wilburn Clouse

²⁷ Role Theory

تعیین می‌شود رفتار را تحت تاثیر قرار می‌دهند، انتظارات درونی و بیرونی متأثر از نقش اجتماعی می‌باشند و پاداش و تنبیه اجتماعی برای نفوذ بر رفتار نقش، مورد استفاده قرار می‌گیرد. تئوری نقش به تبیین کار تیمی و بررسی عملکرد یادگیری گروهی می‌پردازد. از این تئوری در سه زمینه در مدیریت آموزشی یعنی برای حل تعارض نقش، برای تحلیل رفتار در سیستم‌های اجتماعی و برای بررسی مبانی روابط بین فردی به کار گرفته شده است. محققین بسیاری معتقدند که مدیریت دانش یک ظرفیت سازمانی است (چن و هونگ²⁸، 2009). بخش عظیمی از این دانش متعلق به افراد منفرد است که از پراکنده شدن این دانش در شرکت ممانعت می‌کنند. با این حال شرکت‌ها هنوز نیازمند این ظرفیت برای مدیریت دانشی که به آن دسترسی دارند هستند تا استفاده‌ی مناسب از آن را تضمین کنند. گلد و همکاران²⁹ (2001) ظرفیت مدیریت دانش را به عنوان فرآیندهایی تعریف کرده‌اند که شرکت‌ها برای توسعه و استفاده از دانش شان نیاز دارند. لی و همکاران³⁰ (2009) مدیریت دانش را به عنوان ظرفیتی برای تولید و استفاده از دانش برای ساخت یک مزیت رقابتی پایدار تعریف کرده‌اند، با این فرض که دانش یک منبع حیاتی برای سازمان است. مدیریت دانش مجموعه فعالیت‌ها، ابتکارها و استراتژی‌هایی است که شرکت‌ها برای تولید، ذخیره، انتقال و به کارگیری دانش به منظور بهبود عملکرد سازمانی به کار می‌برند (دوناته و دیپابلو³¹، 2015). پس توانایی مدیریت دانش یک نقش محوری در حمایت و پرورش دادن نوآوری‌ها دارد. مدیریت دانش، مفهوم بسیار ارزشمندی است که زمینه را برای نوآوری فراهم می‌سازد. مدیریت دانش برای تولید موفقیت‌آمیز محصولات جدید و برای نوآوری در شرکت‌ها ضروری به نظر می‌رسد (آراندا و مولینا³²، 2002؛ سوک هو و کانگ³³، 2016). امروزه دانش جزء لاینفک موفقیت سازمان‌ها محسوب می‌شود. از این رو سازمان‌ها باید محیطی را برای اشتراک، انتقال و تقابل دانش در میان اعضای خود به وجود آورند و افراد را در جهت با مفهوم کردن تعاملاتشان آموزش دهند و سعی در بسترسازی و شناسایی عوامل زمینه‌ای برای استقرار مدیریت دانش در سازمان نمایند.

نظریه‌های مربوط به یادگیری

۱- نظریه افلاطون (۳۴۷-۴۲۷ قبل از میلاد): او معتقد بود که انسان ذاتاً با دانش و آگاهی متولد می‌شود بنابراین دانش و آگاهی جزئی از وجود انسان و بخشی از حقیقت واقعی وی است. از نظر او انسان بدون نیاز به یادگیری و تجارب حسی می‌تواند حقایق را درک کند و به تعبیری یادگیری در ساختار فیزیکی انسان قرار دارد.

۲- نظریه ارسطو (۳۲۲-۳۸۴ قبل از میلاد و شاگردان افلاطون): او معتقد بود که دانش و آگاهی از طریق تجربه حاصل می‌شود و بدون تجربه، دانش، علم و یادگیری در انسان به وجود نمی‌آید.

²⁸. Chen and Huang

²⁹. Gold et al

³⁰. Li et al

³¹. Donate, M. & Sanchez de Pablo, J

³². Aranda & Molina

³³. Sauk Hau & Kang

تفسیر محققین این مقاله به ارتباط نزدیک ارتقا عملکرد و آموزش اشاره دارد، چرا که تجربه در اثر عملکرد کسب شده و ممارست عملکرد، خود منجر به تولید دانش که جوهره آموزش می باشد، می گردد.

۳- **نظریه دکارت (۱۵۹۶ - ۱۶۵۱ میلادی):** او نظریه دوگانگی را در مورد انسان ارائه کرد. این نظریه می گوید که جسم و فکر دو واقعیت جدا از هم در بدن انسان هستند. بخش فیزیکی انسان مانند استخوان، گوشت و پوست است که به وسیله قوانین فیزیکی و طبیعی داده می شود. از طرف دیگر، فکر واقعیت جاری و زنده ولی فاقد شکل فیزیکی است، به عبارتی بخش روحانی و آزاد واقعیت انسان است. بر این اساس بود و دسته رفتار را در انسان شناسایی می کند:

1- رفتارهای عکس العملی: که بر اساس قوانین فیزیکی صورت می گیرد، مانند تماس دست با آتش و عکس العمل فرد. یادگیری غریزی و ناآگاهانه است و ناشی از آگاهی و دانش نیست .

2- رفتارهای منطقی: که به وسیله فکر و اراده هدایت می شود نه به وسیله قوانین فیزیکی که این رفتار ها ناشی از یادگیری است.

۴- **نظریه هابز (۱۵۸۸ - ۱۶۷۹ میلادی):** او اشاره دارد که دانش و آگاهی (یادگیری) از طریق تجربه حاصل می شود به گونه ای که حتی یادگیری ریاضیات و منطق از طریق تجربه حاصل می شود.

استنتاج از این نظریه را اینگونه می توان گفت :علم نهفته در شغل و ماهیت شغلی فی نفسه کارکنان را به یادگیری سوق می دهد.

۵- **نظریه جان لاک (۱۶۳۲ - ۱۷۷۶ میلادی):** او بنیانگذار مکتب تجربه گرایی محض است. وی معتقد است که ذهن انسان به هنگام تولد همانند صندوق خالی است و یادگیری تنها و تنها از طریق تجربه حاصل می شود و مجموعه تجارب انسان این صندوق را با گذشت زمان پر میکند.

استنباط از محتوای این نظریه مارا به آموزش ضمن خدمت توام با فعالیت سازمانی سوق می دهد.

۶- **نظریه ی هیوم (۱۷۱۱ - ۱۷۷۶ میلادی):** او به دنبال کشف حقایق و راز اصول حاکم بر زندگی همانند ستاره شناسان به دنبال شناخت کهکشانها بود. وی به دو نوع آگاهی معتقد بود:

۱- آگاهی از طریق احساس که معمولاً تحمیلی است مانند شنیدن، دیدن و لمس کردن که تابع قوانین فیزیکی و غریزی است.

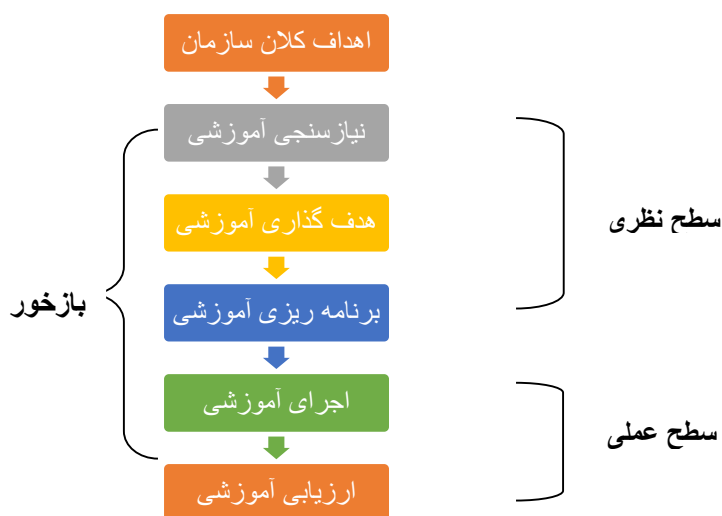
۲- آگاهی از طریق عقیده که از طریق دریافت افکار، خاطرات و سوابق شکل می گیرد. در ادامه بنیاد این را مطرح می کند که توجیه کننده ترکیب محتوای متن (فکر) و حس باهم است که باعث طرح نظریه جدید یا همان یادگیری می شود:

۹- **یادگیری (معرفت پذیری):** این نظریه یادگیری را ناشی از الگو قرار دادن رفتارهای دیگران می‌داند، به عبارت دیگر این نوع یادگیری تعقیبی است که از طریق تجربه دیگران حاصل می‌شود. دست افراد بر محیط اثر می‌گذارند و محیط هم به نوبه خود بر نحوه اندیشه و رفتار افراد تأثیر می‌گذارد و این تأثیر متقابل به یادگیری منجر می‌شود به عبارتی بسیاری از مبانی یادگیری افراد ناشی از رفتار اجتماعی و فعل و انفعالات محیط و تحولات اجتماعی است.

با مشاهده رفتارهای دیگران و الگو قرار دادن یا ندادن آن، یادگیری حاصل می‌شود. این یادگیری از طریق مشاهده، الگوها و رفتارهای نمادین (اعم از مراسم، تشریفات، سنن، آداب و رسوم) و تمرکز و کنترل بر خود در قالب مرکز کنترل درونی صورت می‌گیرد. خلاصه این که یادگیری اجتماعی نوعی یادگیری تعقیبی است که بر اساس آن یادگیری از طریق شناخت های شخصی و فعل و انفعالات در محیط اجتماعی حاصل می‌شود.

از آنجا که سازمان از اجتماعات خاص جامعه محور می‌باشد که در هزاره سوم استراتژی های نوین می‌طلبند تا با شرایط محیطی وفق پیدا کند لذا نظریه یادگیری اجتماعی حائز اهمیت می‌باشد. **در نظریه یادگیری اجتماعی** اشاره می‌شود فرد در چهار مرحله به شرح زیر رفتار را فرا می‌گیرد:

- توجه: رفتار الگوی مورد نظر را دقیقاً مشاهده می‌کند.
 - حفظ: الگوی رفتاری مورد نظر را به خاطر می‌سپارد.
 - بازتولید: در موقعیت ها و شرایط مقتضی، رفتار مشابه الگو را از خود بروز می‌دهد.
 - تقویت: از طریق نهادینه نمودن یادگیری در فرصتهای مناسب و با تکرار و تمرین آن را تقویت می‌کند.
- فرایند آموزش در قالب شکل بعد نشان داده میشود:



تاکنون بسیاری از نویسندگان مدل‌هایی را در زمینه فرایند مدیریت دانش ارائه داده‌اند که بیشتر آنها از نظر محتوایی تقریباً مشابه یکدیگرند اما دارای واژه‌ها و فازها با ترتیبات متفاوت هستند. در این مدل‌ها فرض بر این است که مراحل و فعالیت‌ها اغلب هم زمان گاهی اوقات پی در پی و به ندرت در یک ترتیب خطی هستند. در ادامه مدل‌های مطرح شده در این زمینه نخست به صورت خلاصه و اجمالی در قالب جدولی ارائه می‌شود. در مورد چند واژه و به عبارتی چند موضوع که در بیشتر مدل‌های مدیریت دانش به نوعی بر آنها تأکید شده است، توضیحاتی داده می‌شود.

مدل‌های مدیریت دانش

دسته بندی مدل‌ها به دو گونه است: یکی از نظر دیدگاهی که زمینه ساز مدل هاست. دیگری با توجه به مراحل فرایندی مدل‌های ارائه شده است.

رده بندی مدل‌ها : کاکبادسه و همکارانش با مرور رده بندی های دانش در مقاله ای با نام " مرور ادبیات مدیریت دانش " مدل های مدیریت دانش را در چهار گروه زیر ارائه کرده اند(تقوی پور، 1391):

مدل های شبکه ای: (Network Models)

مدل های شناختی(Cognitive Models)

مدل های انجمنی/ارتباطی: (Community Models)

مدل های فلسفی: (Philosophy Models)

مدل های شبکه ای (Models Network): در این نوع از مدل‌ها، تمرکز بر روی ارتباطات، کسب، تسهیم و انتقال به طریق تبادل اطلاعات افقی است. دانش‌های مهم در شبکه ای متشکل از افراد که به وسیله ابزار مختلف به هم می‌پیوندند، نهفته است و آگاهی از این بینش‌ها و اطلاعات، خارج از گروه‌ها و تیم‌های رسمی، عاملی کلیدی به شمار می‌رود. در این نگرش، ساختن روابط اجتماعی، سرمایه اجتماعی و قائل بودن روابط متقابل، به عنوان کار و فعالیت اصلی دانش، مورد توجه قرار گرفته است.

مدل های شناختی (Models Cognitive): دانش به مثابه دارایی سازمان است که نیاز به دست‌یابی دقیق، بیان، ذخیره، اندازه‌گیری، نگهداری و انتشار کنترل شده دارد. ایجاد ارزش از طریق کاربرد متوالی بهترین روش‌های حاصل و نیز پرهیز از خطاهای ناآشکار ریشه‌یابی شده و کتبی و نیز بهره‌بردن از درسهای آموخته شده به دست می‌آید. در این نگرش بر روی استفاده دوباره، تکثیر، استانداردسازی و حذف روش‌های قدیمی که کارآیی خود را از دست داده‌اند، تمرکز میشود.

مدل‌های انجمنی / ارتباطی (Models Community): در این مدل‌ها درباره ویژگی‌های گروه‌های کاری که باید دارای قابلیت‌هایی چون، خودسازماندهی، فراگیری مستمر و تبادلات غیررسمی باشند، بحث می‌شود. دانش در تفکری ایجاد می‌شود که در یک انجمن گردش می‌کند؛ جایی که زبان مشترکی وجود دارد، اعتماد اجازه بهره‌برداری از مکاشفه‌ها را می‌دهد، ممکن است آرایه‌های نهفته به صورت خلاقانه برنامه‌ریزی شود و نشانه‌های مهم و راه‌حل‌های کاری متوالی به وسیله بیان داستانهای کاری منتشر می‌شوند.

مدل‌های فلسفی (Models Philosophy): در این مدل‌ها بازارها و فرایندهای داخلی بر پایه گفتگوی دو طرفه در یک زمینه استراتژیک، پرسش در مورد فرضیات و کند و کاو مداوم درباره رفتار رقبا، مورد توجه قرار می‌گیرد. این دیدگاه، شخصی‌سازی را مقدم بر کدکردن می‌داند و تکنولوژی کمی را مورد استفاده قرار می‌دهد. همچنین محرک‌های فرهنگی اصلی برای این کار، حفظ ارتباط آزاد (تبادل نظر)، تشویق، انعکاس نظرات، کنکاش خلاقانه و اثبات عقیده و نظر است.

خلاقیت و نوآوری

- امروزه مدیریت صحیح منابع انسانی آن‌چنان پر اهمیت شده است که سایر مقولات مدیریتی در مراحل بعدی قرار گرفته‌اند و برای پرورش نیروی انسانی، ایجاد شرایطی که سازمان یادگیرنده را رشد دهد یک ضرورت اساسی است. به همین دلیل در عصر حاضر سازمان‌هایی موفق هستند که همه کارکنان آن‌ها برای بالا بردن توانمندی خود بکوشند. وظیفه مدیر نیز فراهم آوردن شرایط مناسب برای این روند آموزشی و توان‌افزایی است. (تابش‌فرد و همکاران، 1393). بقا و رشد سازمانها در دنیای پر تغییر کنونی مستلزم توانایی برای واکنش به موقع و مناسب در برابر تغییرهای پی‌درپی محیطی است و سازمان‌هایی می‌توانند ضرورت‌ها و تغییرات محیطی را به موقع پیش‌بینی نمایند و بقای خود را در محیط دائماً متغیر ادامه دهند که بر یادگیری سازمانی تمرکز و تأکید نمایند (خانعلی‌زاده و همکاران 1389). بعضی از اندیشمندان و پژوهشگران، خلاقیت را توانایی آفرینش اندیشه‌های نو در سطح عالی می‌دانند که آمیزه‌ای از نوآوری، انعطاف‌پذیری و حساسیت در برابر باورهای جاری و زنده است و به فرد این امکان را می‌دهد که همراه با اندیشه‌های منطقی و خردمندانه به یافته‌های دیگر بیندیشد تا دستاوردهای سودمند برای او و دیگران داشته باشد. هرچند انسان‌ها توانایی نوآوری دارند اما شکوفایی آن نیازمند پرورش آن است. یک فکر یا ایده جدید را که ترکیبی از ایده‌های قدیمی است خلاقیت گویند و به بیان دیگر، خلاقیت یعنی کنار هم قرار دادن افکار و ایده‌هایی که تا قبل از این پنداشته می‌شد به یکدیگر ربطی ندارند. خلاقیت به معنی اختراع یک چیز کاملاً جدید نیست، بلکه به وجود آوردن یک سری ارتباطات همسو است (استرنبرگ، 2005، پرتز^{۳۵}، کافمن^{۳۶}، 2008، ولیزاده قره‌قوزلو، 1395).

34 . Sternberg

35 . Pertz

36 . Kaufman

• اهمیت خلاقیت و نوآوری در موفقیت سازمانها فقط به بخش‌های تولیدی کشور محدود نمی‌شود بلکه این مسأله در بخش‌های خدماتی و از جمله دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی، که پرورش دهنده منابع انسانی آینده هستند، صادق است و اهمیت بیشتری نیز می‌یابد (وونگ³⁷، 2003، آقامحمدی و شاه‌حسینی، 1395). دانش به عنوان اساس و مهم‌ترین عامل رقابت مطرح شده است و در کنار دانش، نوآوری نیز به عنوان مهم‌ترین عامل جهت بقای شرکت‌ها، شناخته شده است (هو و همکاران³⁸، 2013؛ و وانگ، 2016). همچنین امروزه موفقیت سازمان‌ها و شرکت‌ها تا حدود زیادی وابسته به توانایی تبدیل یادگیری حاصل از تغییرات به دانش است که در نوآوری‌ها و تولید محصول تجلی می‌یابد. مدیریت دانش برای تولید موفقیت‌آمیز محصولات جدید و نوآورانه شرکت‌ها ضروری به نظر می‌رسد (زارعی و همکاران، 1395) طی دو دهه اخیر، افزایش حجم اطلاعات و به دنبال آن افزایش دانش و سرمایه‌های فکری و لزوم استفاده موثر از آن در تصمیم‌های سازمانی، موجب پیدایش اصول و مهارت‌های مدیریتی نوینی به منظور مقابله با چالش‌ها و پیچیدگی‌های محیط پیرامون خویش شده که از جمله مهمترین آنها، مدیریت دانش است (حجازی و همکاران، 1395).

رابطه سرمایه اجتماعی با مدیریت دانش

اشاره شد به وجود اعتماد متقابل برای انتقال دانش در بین کارکنان امری ضروری است. فضای مبتنی بر اعتماد و همکاری متقابل نشان دهنده میزان سرمایه اجتماعی و به تعبیری سرمایه اجتماعی همان شبکه‌ای از تعاملات و ارتباطات مبتنی بر اعتماد و درک متقابل در یک جامعه یا سازمان است. عناصر اصلی شکل دهنده سرمایه اجتماعی همان و هنجارهای اجتماعی، زیر ساخت‌های اخلاقی، مجاری و الگوهای ارتباطی متقابل، برآورده شدن انتظارات و تعهدات متقابل و احساس هویت یعنی خود را با جمع معنی کردن و هویت داشتند است. یکی از وظایف مدیران در بحث مدیریت دانش ایجاد و تقویت سرمایه اجتماعی است تا افراد به راحتی اطلاعات خود را در اختیار یکدیگر قرار داده و از اینکه اطلاعات و آگاهی خود را در اختیار دیگران می‌گذارند احساس عدم امنیت به آنها دست ندهد. در سازمانهای سنتی که میزان سرمایه اجتماعی و روابط مبتنی بر اعتماد در سطح پایین است عملاً انتقال دانش با شک و تردید صورت می‌گیرد و نتیجه اینکه مدیریت دانش همزاد با تشکیل و تقویت سرمایه اجتماعی³⁹ است به گونه‌ای که اگر ظرفیت‌ها و روش‌های انتقال دانش بسیار توسعه یافته باشد ولی شبکه روابط مبتنی بر اعتماد متقابل در سطح کم و میزان سرمایه اجتماعی در سازمان پایین باشد نمی‌توان سیستم مدیریت دانش را در سازمان مستقر نمود.

چنین می‌توان گفت وجود سرمایه انسانی و به تبع آن سرمایه اجتماعی در کنار سرمایه‌های فیزیکی، اقتصادی و انسانی سازمان نظری به تحقق اهداف و راهبردهای سازمان و توانمندسازی کارکنان مدد می‌بخشد. تجارب کشورهای موفق که فاقد سرمایه‌های فیزیکی بوده لاک نوع حسن وفاق، صداقت، همدلی و تشریک مساعی در

37 . Wong

38 . Hau et al

39. social capital

بین ملت آن وجود داشته اهمیت سرمایه اجتماعی را در فرآیند رشد و توسعه نشان می دهد. می توان گفت ایفای مسئولیت اجتماعی توسط سازمان ها به میزان سرمایه اجتماعی بستگی دارد. مسئولیت اجتماعی که از اواخر دهه ۱۹۶۰ در ادبیات مدیریت وارد شده اشاره می کند که سازمان ها تنها مسئولیت اقتصادی (سودآوری) ندارند و در قبال فعل و انفعالات و تحولات اجتماعی نیز مسئول هستند. یعنی اقدامات آنها نباید موجب گسست اجتماعی در جامعه شود. این موضوع در سالهای اخیر به پاسخگویی اجتماعی تغییر یافته است. پاسخگویی اجتماعی به قدرت پاسخگویی در برابر فشارها و انتظارات جامعه اشاره دارد به گونه ای که هر قدر ظرفیت و توان یک سازمان در برابر فشارها و انتظارات جامعه بیشتر باشد توان پاسخگویی اجتماعی آن بالا ارزیابی می شود. نقش و جایگاه سرمایه اجتماعی ضرورت دارد نهادها یا همان سازه های تشکیل دهنده آن شناخته شود. بر اساس مطالعات انجام شده عوامل ساخت سرمایه اجتماعی به چهار دسته به شرح زیر طبقه بندی شده است:

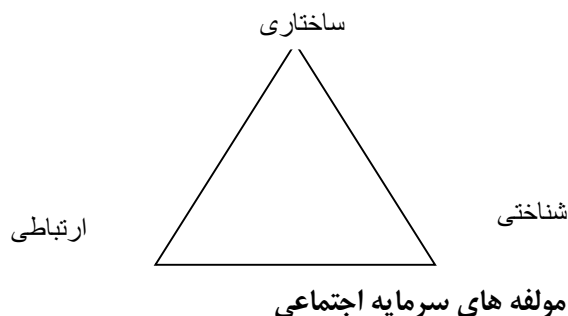
– عوامل طبیعی: اقلیم، جغرافیا، زیست بوم، آب و هوا، دریا، جنگل، ویژگیهای قومی، نژادی، همسایگی با شهرها، همسایه و هم مرزی با کشور های دیگر از جمله عوامل طبیعی تشکیل دهنده سرمایه اجتماعی هستند.

– عوامل نهادی: قوانین، مقررات، عرف، رسوم و زبان که باعث هدفمندی سیستمها می شود در زمره عوامل نهادی قرار می گیرد.

– عوامل خودجوش: کنش ها و تعاملات آحاد جامعه در برخی مواقع هنجارهایی را به وجود می آورد که با گذشت زمان بر روی آنها توافق ایجاد و تشکیل سرمایه اجتماعی کارساز واقع می شود.

– عوامل محیطی: دین، بیولوژی فرهنگ، تجارب تاریخی، الگوی کسب و کار، نظام داد و ستد، مذهب و نظام باورها و ارزش های مشترک از جمله مواردی هستند که در تشکیل سرمایه اجتماعی ایفای نقش می کنند. از آنجا که مقوله سرمایه اجتماعی به تازگی در ادبیات سازمان و مدیریت وارد شده است تلاش های صورت گرفته است تا ابعاد آن شناخته شود.

در یک طبقه بندی کلی ابعاد سرمایه اجتماعی به سه دسته یعنی ساختاری، ارتباطی و شناختی مقابیل نشان داده میشود:



بعد ساختاری: شامل شکل، ترکیب، فراوانی و شدت ارتباطات اعضای سازمان و پیوندهای جاری و زنده در یک شبکه اجتماعی یا سازمان است. روابط (ارتباطات) اجتماعی امکان دسترسی به منابع مثل دانش را فراهم می‌آورد و مستحکم بودن این روابط باعث صرفه جویی در وقت و هزینه‌ها برای جمع‌آوری، ثبت، پردازش، تولید، انتقال و انتشار دانش می‌شود.

اختصار می‌توان گفت چنین ساختار سازمان، روابط بین افراد واحد‌ها را در یک ساختار به صورت قوی برقرار کند تا دانش تبادل شود در این صورت بعد ساختاری در تشکیل سرمایه اجتماعی بالا ارزیابی می‌شود.

بعد شناختی: وجود دیدگاه مشترک، ادراک همگن، زبان، بینش مشترک، روایت و کدهای مشترک وجود اشتراک نام در درون شبکه اجتماعی سازمان در زمره شاخص‌های شناختی سرمایه اجتماعی طبقه‌بندی می‌شود. اسطوره‌ها، حکایت مشترک و حتی ضرب المثلهای رایج در یک جامعه یا سازمان نشان‌دهنده بعد شناختی سرمایه اجتماعی است.

بعد ارتباطی: شاخه‌های همانند، اعتماد و تعهدات مشترک تسهیل‌کننده روابط مبتنی بر اعتماد متقابل هستند در زمره بعد ارتباطی قرار می‌گیرند. هنگامی اعتماد (به عنوان یک مولفه سرمایه ارتباطی) در یک شبکه اجتماعی و سازمان بالا باشد سطح روابط مبتنی بر همکاری و تعامل اجتماعی نیز افزایش می‌یابد. هنجار به عنوان صورت عملی ارزش‌های حاکم در یک جامعه در تقویت ارتباطات اجتماعی نیز تأثیر دارد. مثلاً اگر ارزش‌های عملی (هنجارهای عملکردی) در یک سازمان همان «سابگری، اولویت دادن منافع فردی بر جمعی و یا نگرش بیگانگی به معنی وجود حداکثر احساسات منفی نسبت به یکدیگر در سازمان یا شبکه اجتماعی باشد در این صورت رابطه‌ی (ارتباطی) سازمان وضعیت خوبی ندارد. انتظارات و چگونگی انتقال آن به یکدیگر در یک شبکه اجتماعی نیز میزان سرمایه ارتباطی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. مثلاً چنانچه انتظارات متقابل افراد از یکدیگر در یک شبکه اجتماعی (یا سازمان) برآورده شود حکایت از وجود سرمایه ارتباطی دارد. وجود حس هویت و سرنوشت مشترک بین اعضای اجتماعی نیست حکایت سرمایه ارتباطی دارد.

لازم به ذکر است تشکیل سرمایه اجتماعی و تقویت آن مستلزم توجه متعادل و همه‌جانبه به مولفه‌های ساختاری، شناختی و ارتباطی در سازمان می‌باشد.

پیشینه تحقیق

زارعی و همکاران (1395) در پژوهش خود به تأثیر مستقیم مدیریت دانش بر نوآوری سازمانی اشاره نموده است. همچنین در این پژوهش مشخص شده که مدیریت دانش توسط هوش سازمانی به صورت غیرمستقیم بر نوآوری سازمانی نقش دارد. نتایج پژوهش رستگار و مقصودی (1395) حاکی از آن بود که رهبری تحول‌آفرین با حضور متغیر میانجی تسهیم دانش، تأثیر مثبت و معناداری بر نوآوری سازمانی دارد. همچنین در پژوهشی موسوی‌خطیر، نادری، ابیلی (1395) نقش مکانیزم‌های مدیریت دانش جهت بهبود نوآوری در دانشگاه‌های دولتی شهر تهران را بررسی نموده که نتیجه آن چنین بیان شد که جایگاه زیرساخت‌های مدیریت دانش و نوآوری (فنی و اجرایی) در دانشگاه‌های دولتی شهر تهران، پایین‌تر از سطح متوسط است. همچنین بین زیرساخت‌های مدیریت دانش؛

فرهنگ سازمانی و ساختار سازمانی با نوآوری (فنی و اجرایی) رابطه مثبت و معنادار و بین فن‌آوری اطلاعات با نوآوری (فنی و اجرایی) رابطه معناداری وجود ندارد. فیدل و همکاران⁴⁰ (2015) تحقیقی با عنوان "تأثیر همکاری در نوآوری بر مدیریت دانش مشتری و عملکرد آن" را ارائه دادند که مدلی را آزمون می‌کند که چگونه هر دو متغیر به عنوان عناصر اولیه یا پیشین CKM⁴¹ (مدیریت دانش مشتریان) عمل می‌کنند. همچنین این مدل اثر همکاری مشتری و CKM را بر نتایج بازاریابی بیان می‌کند. یافته‌های حاصل از این بررسی، دارای دلایل مهم آکادمیک و مدیرانه است و نشان می‌دهد که همکاری با مشتریان و گرایش به سمت نوآوری، عناصر لازم اولیه به دلیل اثربخشی بر روی نتایج CKM و بازاریابی هستند. دونیت و همکاران⁴² (2015) تحقیقی با عنوان "نقش رهبری دانش‌محور در شیوه‌های مدیریت دانش و نوآوری" را ارائه دادند که نتایج حاصل نشان می‌دهد که اگر چه شیوه‌های مدیریت دانش خود در اهداف نوآوری مهم هستند، وجود این نوع رهبری موجب تحریک و تشویق توسعه استفاده از شیوه‌های اکتشاف و شناسایی (یعنی ایجاد و خلق) و بهره‌برداری (یعنی ذخیره، انتقال، و استعمال) می‌شود. استنباط اصلی این است که در نتیجه‌ی توسعه و استفاده از شیوه‌های مدیریت دانش، شرکت‌ها قادر به بهبود عملکرد و کارایی خود در نوآوری محصول هستند. امروزه سازمان‌هایی موفق هستند و می‌توانند در دنیای پرقابله‌ی ادامه‌ی حیات دهند که دائماً افکار و اندیشه‌های جدید را در سازمان کاربردی سازند. اندیشه‌های نو و ایده‌های جدید و نوآورانه جایگاه بسیار بالایی در سازمان دارند، که استفاده از ابزارهای به نام دانش و به کارگیری کارکنانی خلاق و نوآور به جای کارکنان صرفاً وظیفه‌ای، به منظور دستیابی به موفقیت‌های بالاتر در عرصه پاسخگویی؛ یک نیاز راهبردی است. این امر مستلزم این است که سازمان با ارج نهادن به مدیریت دانش؛ شرایط و محیط لازم را برای ایجاد و ارتقاء خلاقیت و نوآوری در کارکنان خود فراهم نماید و این امر ضروری را در برنامه‌های اولویت‌دار خود قرار دهد تا زمینه بروز ایده‌ها و ابتکارات جدید و پیاده‌سازی آنها در داخل سازمان ایجاد شود. وزرات امور اقتصاد و دارایی به عنوان یکی از سازمان‌های اساسی برای تنظیم سیاست‌های مالی و اقتصادی کشور بایستی توجه ویژه به پیاده‌سازی مدیریت دانش را به عنوان یکی از ابزارهای ضروری برای نیل به خلاقیت و نوآوری و ارتقاء آن در عرصه اقتصادی، در سرلوحه برنامه‌های خود قرار دهد تا در جهت افزایش تعادل اقتصادی کشور، نقش ویژه خود را به نحو مطلوب ایفا نماید. به همین دلیل در این تحقیق اقدام به بررسی مدیریت دانش و خلاقیت و نوآوری کارکنان به منظور رسیدن به یک درک درست از رابطه این دو متغیر شده است. طبعاً سنجش میزان ارتباط و تأثیرگذاری این دو متغیر بر یکدیگر، می‌تواند راه‌گشای مناسبی برای وزرات امور اقتصاد و دارایی در جهت پیاده‌سازی کامل مدیریت دانش در خزانه‌داری کل کشور به منظور دستیابی به اهداف مورد نظر باشد.

ارتباط مدیریت دانش، خلاقیت و نوآوری سازمانی

مسئله و چالشی که وجود دارد این است که مدیریت دانش فرایندی روش‌مند و رویه‌ای است، مقوله‌ای که اجرای موفقیت‌آمیز آن نیازمند ادراکات و نگرشی همه‌جانبه و فراگیر به متغیرهای سازمانی است. از طرفی به دلیل مطرح

40 . Fidel et al

41 . Customer Knowledge Management

42 . Donate et al

شدن مدل‌ها و روش‌های بسیار متعدد برای به کارگیری مدیریت دانش در سازمان‌ها، گاهی این مدل‌ها موجب سردرگمی مدیرانی می‌شوند که به دنبال پیاده‌سازی مدیریت دانش در سازمان خود هستند. در این راستا بسیاری از سازمان‌ها اقدام به سرمایه‌گذاری گسترده در زمینه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی نموده‌اند. اما باید توجه داشت که پیاده‌سازی موفقیت‌آمیز مدیریت دانش مستلزم این است که عوامل سازمانی مختلف و جاری و زنده در یک سازمان از جمله ساختار سازمانی، فرهنگ سازمانی، تکنولوژی و منابع انسانی از انسجام و هماهنگی لازم برخوردار باشند و وجود شکاف و ناهماهنگی در بین این عوامل مانع پیاده‌سازی موفقیت‌آمیز مدیریت دانش خواهد شد. بنابراین برای پیاده‌سازی موفقیت‌آمیز مدیریت دانش باید به سازمان‌ها به عنوان یک کل نگاه کرد و همه این عوامل را مورد توجه قرار داده و وضعیت آنها در سازمان شناسایی و تحلیل شود (نوناکا⁴³، 1994). یکی از ویژگی از سازمان‌های جدید که می‌تواند مانع چابکی و انعطاف‌پذیری سازمانی باشد، انباشتگی بیش از حد اطلاعات است، به طوری که افزایش حجم اطلاعات در سازمان‌ها و لزوم استفاده از آن در تصمیم‌های سازمانی طی دو دهه اخیر باعث ظهور پدیده‌ای به نام مدیریت دانش شده است (ویق⁴⁴، 2002، 141).

مدل مدیریت دانش بنیادی در سازمان

این مدل، مراحل اصلی مدیریت محتوای اصلی سیستم‌های مدیریت دانش را نشان می‌دهد. در این مدل که به بیان چگونگی مدیریت دانش بنیادی سازمان می‌پردازد، این فرایند را در سه مرحله اصلی توضیح می‌دهد. همان گونه که در شکل نشان داده خواهد شد، مرحله اول این مدل، شناسایی و آشکارسازی حوزه دانش در سازمان است. در مرحله دوم، پارامترهای دانش مشخص شده و در مرحله سوم، ساختار دانش بنیادی سازمان ارائه می‌شود (کاظمی، 1391).

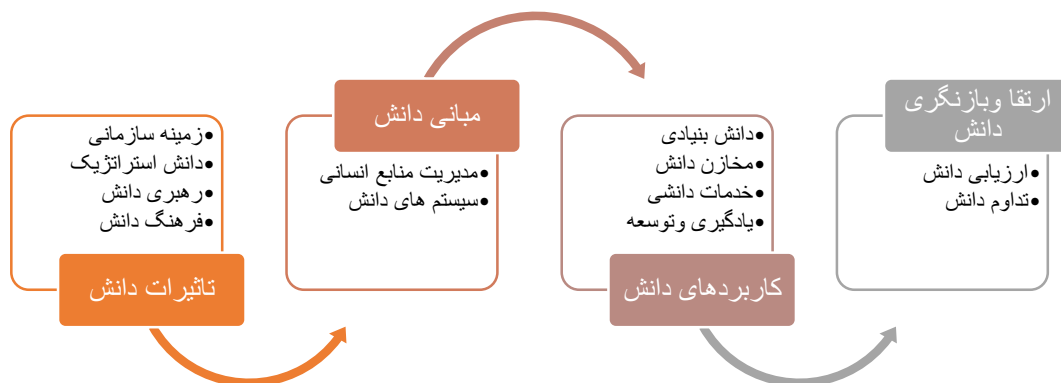
مدل مدیریت دانش بنیادی در سازمان		
مرحله 1 شناسایی حوزه دانش حیاتی سازمان	مرحله 2 مشخص کردن پارامترهای دانش	مرحله 3 ایجاد ساختار دانش
1. مشخص کردن کسب و کار اصلی سازمان و نیازمندیهای دانشی آن 2. مشخص کردن قلمرو دانش	4. مشخص کردن دانش بنیادی 5. ایجاد سیاست دانش حیاتی سازمان	6. ردیابی و مشخص کردن محل دانش 7. ساخت محل حفظ و نگهداری دانش

43 . Nonaka

44 . Wiig

			3. بازنگری توانمندی‌های دانش
دانش بنیادی سازمان			

این مدل بر عوامل مختلفی در مدیریت دانش تأکید دارد که منطبق بر فلسفه کلی دانش است. این مدل مبتنی است بر چهار عنصر اصلی: نفوذ و تأثیرات دانش، مبانی دانش، کاربردهای دانش، ارتقا و بازنگری دانش. لذا نویسندگان این مقاله بر تشکیل اتاق دانش و تداوم آن در سازمانها به منظور استمرار برون دادها و تولیدات دانشی اصرار دارند.



مدل زنجیره دانش

مدل زنجیره دانش، از یک هستی شناسی مدیریت دانش بوسیله 30 فعال مدیریت دانش بوجود آمده است. این هستی شناسی، پنج طبقه فعالیت های اولیه را تعریف میکند: کسب دانش، انتخاب، تولید، جذب و درونی سازی و انتشار. این فعالیت های اولیه، دانش را در یک مرحله و چهار طبقه از فعالیتهای ثانویه که مراحل مدیریت دانش را هماهنگ میکنند بوجود می آورند: اندازه گیری، کنترل، هماهنگی، و رهبری. بر طبق این مدل، بکارگیری ترکیبی از فعالیت ها در 9 طبقه، منجر به یادگیری و تبلور سازمانی میشود. یادگیری بیان کننده تغییرات در وضعیت منابع دانش بوده و تبلور، بیان کننده ظهور و جلوه گری دانش سازمانی در دنیای واقعی است (مانند محصولات، خدمات، فعالیت ها) (تقوی فر، 1392).

گام یکم: نیازسنجی آموزشی

تشخیص نیازهای آموزشی کارکنان اولین گام در فرایند آموزش است. اگر نیازها به درستی شناخته نشوند آموزش کور و غیر هدفمند می شود شناخت نیازهای آموزشی مستلزم وجود شاخص⁴⁵ است. شاخص نشانگر این است که وضعیت عملیات یک سیستم را نشان می دهد.

شاخص های نشان دهنده نیازهای آموزشی کارکنان به دو دسته عام و خاص طبقه بندی می شود شاخص های عام برای تمامی مشاغل و ویژه هر شغل هستند. مثلاً نرخ غیبت، ترک خدمت کارکنان شاخص های آن ولی تسلط به یک نرم افزار خاص در عملیات حسابداری شاخص خاص تلقی می شود. منابع نیاز سنجی به دو دسته درونی و بیرونی طبقه بندی می شوند. کارکنان، مدیران، شرح شغل، نتایج ارزیابی عملکرد، شرایط احراز شغل در زمره منابع درونی، و بیرونی به ترتیب کارکنان و مشتریان مهمترین منبع تلقی می شوند. زیرا کارکنان بهتر از هر فرد دیگری می توانند نیازهای آموزشی خود را تشخیص دهند. در دنیای رقابتی مشتری و مشتری گرایی مناسب ترین منبع برای تشخیص نیازهای آموزشی کارکنان است.

گام دوم: هدف گذاری آموزشی

در این مرحله اهداف مرتب بر آموزش بایستی به صورت واضح، شفاف و دقیق مشخص شوند. یعنی معلوم شود که پس از طی دوره آموزشی چه تغییرات رفتاری و عملکردی باید در کارکنان به وجود آید. البته این نیاز سنجی و هدف گذاری ارتباط مستقیمی وجود دارد به گونه ای که برخی معتقدند هدف گذاری همانا نیازهای آموزشی شناسایی شده در گام اول است.

مثلاً کاهش نرخ ترک خدمت، غیبت، شکایت مشتری و بهبود ارتباطات کارکنان که در گام اول به عنوان شاخص های نیازسنجی ذکر شده می توان در قالب هدف گذاری آموزشی بیان شود.

گام سوم: برنامه ریزی آموزشی

برنامه ریزی آموزشی پاسخ به پنج چه تحت عنوان چه کاری، چگونه، چه کسی، چه هزینه ای و چه زمانی عملی می شود. هدف گذاری تدارک امکانات و منابع، تعیین روش های آموزش، پیش بینی هزینه ها، امکانات و تجهیزات مورد نیاز و مواردی از این قبیل در این مرحله صورت می گیرد.

گام چهارم: اجرای آموزش

شاید سخت ترین مرحله، اجرای آموزش باشد. منابع و محتوای آموزشی، تکنولوژی آموزشی، استاد، تامین مالی منابع و تعیین روش های آموزشی در این مرحله صورت می گیرد. دسته بندی کلی در قالب روش آموزش نمونه

⁴⁵ indicator

ضمن خدمت^{۴۶} و خارج خدمت^{۴۷} در این مرحله مهم است. در روش ضمن خدمت فرد در شغل خود مشغول و تحت آموزش کوتاه‌مدت قرار می‌گیرد. در حالی که در روش خارج خدمت فرد، از شغل خود فارغ و تحت آموزش‌های بلند مدت با هدف کسب مهارت ادراکی قرار می‌گیرد. با توجه به اهمیت تعیین روش آموزش در ادامه این روش‌ها مطرح و به اختصار توضیح داده می‌شوند.

۱- روش معلمی یا مربی‌گری^{۴۸}

گیرنده و آموزش دهنده از نزدیک با هم فرایند آموزش را تمرین می‌کنند. این روش، پرهزینه است و زمان زیادی می‌برد ولی دو طرف در آن وجود دارد یادگیری به شکل عمیق صورت می‌گیرد. در این روش به افرادی که همزمان از سه روش مربیگری، تعلیم دادن خصوصی و به صورت نظام یافته نسبت به پرورش زیردست اقدام می‌کنند مرشد^{۴۹} گفته می‌شود.

۲- روش سخنرانی^{۵۰}

یک طرف است، کم خرج است، زمان کمی می‌برد و می‌تواند تعداد زیادی را در یک زمان نسبتاً کوتاه آموزش داد. فاقد بازخور است و در آن تعامل متقابل بین آموزش دهنده و گیرنده وجود ندارد، بنابراین نمیتوان از میزان یادگیری افراد اطلاعاتی به دست آورد.

۳- روش مطالعه افته^{۵۱} (مطالعه موردی یا مورد کاوی)

افته، تصویر بازسازی شده از واقعیت این است که این اتفاق افتاده است بازسازی و نکات آموزشی در آن گنجانده می‌شود. روش بازسازی افته می‌تواند در قالب متن، صوت، داستان و فیلم باشد. پس از طرح موضوع، در مورد نظر مطرح و از طریق ارائه راه حل‌های مختلف آموزش‌های لازم به افراد داده می‌شود و نوع یادگیری به وجود می‌آید که در صورت تکرار آن رخ داد چگونه باید عمل کنیم.

۴- روش شبیه سازی^{۵۲} (اگر- آن گاه)

شبیه سازی تکنیک است که توسط آن واقعیت به صورت مجازی مطرح و با قرار دادن آموزش گیرنده در عالم واقع به صورت مجازی به وی آموزش داده می‌شود. آموزش‌های رانندگی و خلبانی در فضای مجازی نمونه ای از روش شبیه سازی است.

⁴⁶ In the job training

⁴⁷ Off job training

⁴⁸ Coaching method

⁴⁹ mentor

⁵⁰ Lecture method

⁵¹ Case study

⁵² Simulation method

ه- **روش ایفای نقش**⁵³ در این روش برای نقشی که قرار است فرد در شغل و سازمان ایفا کند آموزش داده می شود، مانند فردی که به صورت کارآموز در کلاس درس استاد دانشگاه می نشیند و پس از مدتی با ایفای نقش به جای استاد، درس می دهد و یاد می گیرد که چگونه نقش خود را ایفا کند.

۶- آموزش حساسیت⁵⁴

این روش بیشتر در سطح مدیران کاربرد دارد شفاف سازی ذهنیت نسبت به همدیگر و درک حساسیت های همدیگر می باشد تا از این طریق تفکرات آنها به هم نزدیک و ارتباطات آنها بهبود یابد. از این آموزش ها برای ارتقای سطح مهارت های ارتباطی مدیران استفاده می شود.

۷- روش استاد-شاگردی⁵⁵

این آموزش بیشتر جنبه هنری دارد و استاد نحوه کار به طور مداوم و مستمر، نحوه انجام کار را به کارآموز یاد می دهد. زمان این آموزش ها طولانی و در برخی مشاغل بین ۲ تا ۵ سال طول می کشد.

۸- روش چرخش شغلی⁵⁶

در این روش با چرخش افراد در مشاغل مختلف، توانایی ها و مهارت های مورد نیاز به آنها آموزش داده می شود، خواننده مشاغل مختلف چرخانده می شوند تا مهارت های مورد نیاز را فرا گیرند. البته این روش برای کاهش کسالت ناشی از یکنواختی کار نیز مورد استفاده قرار می گیرد.

۹- روش مسابقه مدیریت⁵⁷

در این روش از رایانه استفاده می شود و کارآموزان در گروه های پنج یا شش نفره سازماندهی و هرکدام در بازه شبیه سازی شده با هم رقابت می کنند. شرکت هدفی را تعیین می کند و اجازه می دهد که افراد تصمیمات گوناگون بگیرند، آنگاه تصمیمات را تجزیه و تحلیل و ارزیابی می کنند و پس از آشنایی با نقاط قوت و ضعف و تصمیم به نوعی آموزش می بینند. دوره آموزشی در این روش دو تا سه سال است که معمولاً به هفته یا روز های مختلف تقسیم می شود.

⁵³ Role playing method

⁵⁴ Training group

⁵⁵ Apperentischip method

⁵⁶ Job rotation

⁵⁷ Management game

10- روشی شکل دادن رفتار⁵⁸ این روش به الگوسازی رفتار معروف است که به کارآموز، الگو یا روش درست انجام کار آموزش داده می شود و با اجازه داده می شود که برای انجام کار مورد نظر از همان راه درست عمل کند در قالب بیان نقاط قوت و ضعف برای کارآموز بیان و بدین وسیله به وی آموزش داده می شود.

۱۱- آموزش عملی⁵⁹

بهمن ایران و افراد فرصت داده می شود تا به صورت تمام وقت بر روی طرح های مورد نظر کار کنند و در دویاری (بجز دویار متعلق به خود) مسئله را تجزیه و تحلیل و حل کنند. در این روش کارآموزان هر چند مدت یکبار به دور هم جمع می شوند و در قالب گروه های چهار الی پنج نفر درباره دستاوردهای خود بحث می کنند. در گروه بحث ها به گونه ای هدایت می شود که ظرفیت یادگیری و آموزشی را برای افراد فراهم آورد.

۱۲- روش آموزش همجواری⁶⁰

خارج از سازمان هستند به گونه ای که در کنار سازمان مراکز آموزشی تا سیس می شود که در زمینه فعالیت آن سازمان است و نسبت به آموزش کارکنان خود و سایر متقاضیان اقدام می کنند. مثلاً چنانچه یک کارخانه خودرو سازی در جوار کارخانه یک واحد آموزشی تا سیس آموزش در زمینه فعالیت های مرتبط با خودرو سازی می کند به این روش، آموزش همجواری گفته می شود.

۱۳- روش آموزش کارگاهی⁶¹

این روش نظری و عملی است که کارآموز ابتدا با مبانی، مفاهیم، محتوا و چارچوب های نظریه موضوع آشنا و سپس در عالم واقع یافته های خود را می آزماید. در این روش به دلیل توأم شدن علم و عمل، عمق یادگیری بیشتر می شود، مانند آموزش های فنی و حرفه ای در رابطه با نقشه کشی تعمیر ماشین و ...

۱۴- روش آموزش از راه دور⁶²

آموزش از طریق ارسال جزوه و استفاده از ابزارهای نوین ارتباطی مانند CD و ... می گیرد که با آن آموزش مکاتبه ای هم گفته می شود.

۱۵- روش ایفای نقش های تجاری⁶³

⁵⁸ Behavioural forming

⁵⁹ Action learning

⁶⁰ Vestibule training method

⁶¹ Workshop method

⁶² Distance training method

⁶³ Trade role method

این روش بیشتر برای سازمان های تجاری و بازرگانی کاربرد دارد و محتوای آموزش برای مدیران عالی، امور تجاری را در سازمان انجام می دهند، طراحی می شود. آموزش های نظیر فنون مذاکره برای انقیاد قرارداد تجاری، اعم از طراحی محیط مذاکره، نوع سوال و پاسخ، حرکات رفتاری و ... در این دسته قرار می گیرند. این روش نسبتاً پرهزینه و مستلزم دارا بودن تخصص های مختلف در امر آموزش است. لازم به ذکر است آشنایی با فرهنگ، آداب و رسوم، ارزش ها و تقویت ظرفیت هوش در این نوع آموزش ها ضروری است. حالا اگر پرسیده شود کدام روش آموزشی مناسب است؟ در پاسخ بایستی گفت انتخاب روش آموزش بستگی به موارد زیر دارد:

- نوع شغل
 - ماهیت فعالیت های سازمان
 - انتخابی وجود نیروی انسانی متخصص در امر آموزش
 - تمایلات و علائق سفارش دهندگان آموزش
 - خواسته و علاقه آموزش گیرندگان
 - زمان و فرصت جاری و زنده
 - هزینه ها و منابع مالی مورد نظر
- گام پنجم: ارزیابی آموزشی**

اثربخشی آموزش ها از حیث تغییر در رفتار آموزش گیرندگان در قالب ارائه بازخورد در این مورد ارزیابی قرار می گیرد و هر رفتار آموزش گیرندگان در راستای اهداف آموزش تعیین شده با شد، می توان گفت ضریب موفقیت و اثربخشی آموزش بیشتر برآورده می شود. به اختصار هر قدر نیازهای آموزشی شناسایی شده در گام اول پس از پایان دوره آموزش برطرف شده باشد، اثربخشی آموزش بالاتر ارزیابی می شود. لازم به ذکر منابع ارزیابی باید همان منابع نیازسنجی باشد تا بتوان به نظرات ارائه شده در رابطه با کیفیت آموزش بیشتر اعتماد کرد.

3- نتیجه گیری

بعد ساختاری، شناختی و ارتباطی در ابعاد سرمایه اجتماعی و انسانی در سازمان ها اغلب نادیده گرفته می شوند که این پدیده تلخ افکار قبل از تولید ایده را تحت تاثیر قرار می دهد. لذا بحث آموزش و جزیره ناشناخته نتایج آن در هاله ای از ابهام قرار میگیرند. ایجاد آموزش و انتقال دانش در بین کارکنان جهت هم گرایی و حس نوع دوستی امری ضروری است. فضای مبتنی بر اعتماد و همکاری متقابل نشان دهنده میزان سرمایه اجتماعی و به تعبیری سرمایه انسانی و اجتماعی یا همان شبکه ای از تعاملات و ارتباطات مبتنی بر اعتماد و درک متقابل در یک جامعه یا سازمان است. عناصر اصلی شکل دهنده سرمایه انسانی و اجتماعی در معنای عام و در بستر خلاقیت در معنای خاص همان هنجارهای اجتماعی، زیر ساخت های اخلاقی، الگوهای ارتباطی متقابل، برآورده شدن انتظارات و

تعهدات متقابل و احساس هویت یعنی خود را با جمع معنی کردن و هویت داشتن است. یکی از وظایف مدیران در بحث مدیریت دانش، ایجاد و تقویت سرمایه اجتماعی آمیخته با ایده زایی است تا افراد به راحتی اطلاعات خود را در اختیار یکدیگر قرار داده و اثرگذاری و متاثر بودنشان مشهود گردد تا از مجاری اینکه اطلاعات و آگاهی خود را در اختیار دیگران می‌گذارند احساس عدم امنیت به آنها دست ندهد. در سازمانهای سنتی که میزان سرمایه اجتماعی و روابط مبتنی بر اعتماد در سطح پایین است عملاً انتقال دانش با شک و تردید صورت می‌گیرد (رویکرد مکانیستیک) و نتیجه اینکه مدیریت دانش همزاد با تشکیل و تقویت سرمایه اجتماعی⁶⁴ است به گونه‌ای که اگر ظرفیت‌ها و روش‌های انتقال دانش بسیار توسعه یافته باشد ولی شبکه روابط مبتنی بر اعتماد متقابل در سطح کم و میزان سرمایه اجتماعی در سازمان پایین باشد نمی‌توان سیستم مدیریت دانش را در سازمان مستقر نمود.

لذا پویایی و ارگانیک بودن که لازمه خلاقیت، نوآوری و در نهایت کارآفرینی است متولد گردد. جمع‌آوری دانش به ایجاد یک مبنای دانش با ارزش کمک میکند که فعالیتهای اصلی سازمان را پوشش داده و میتواند بازدهی بلندمدت داشته باشد، البته جمع‌آوری دانش نیازمند منابع است. فردی باید مشخص شوند که جلسات جمع‌آوری دانش را تسهیل کرده و نتایج بدست آمده را ثبت کنند.

"مرور بعد از عمل"، وسیله‌ای برای جمع‌آوری دانش در طول یک فعالیت است. این ابزار، یک جلسه با تمرکز محدود، برای تیم و به وسیله تیم است که کمتر از نیم ساعت یا یک ساعت طول میکشد. یک تیم باید این ابزار را بطور منظم حفظ کند تا همیشه با شرایط در حال تغییر همگام باشد. این گونه یادگیری راهوار تیمی، کمک میکند تا بر مبنای آنچه که یاد گرفته شده، اصلاحاتی در طول پروژه انجام شود. بازنگری"، یک رویداد جمع‌آوری دانش است که در انتهای پروژه صورت می‌گیرد و تا حد امکان، بسیاری از اعضای تیم پروژه را شامل میشود، و راهی سریع اثربخش تمام شود یا تیم، درگیر یک پروژه برای کسب دانش، قبل از آنکه پروژه کاملاً دیگر شود. "بازنگری"، یک جلسه ساختارمند و تسهیل شده است که از چند ساعت تا چند روز طول میکشد یادگیری که از طریق مکانیزمهای بالا صورت میگیرد (سرمایه‌های دانش)، در یک میتواند توسط ابزارهای متعددی از سیستم ساده پرونده "بانک دانش"، که مسلمان میتواند توسط ابزارهای متعددی از سیستم ساده پرونده سازی گرفته تا مکانیزمهای پیچیده تر مدیریت شود، ذخیره گردد (تقوی فر، 1391). در عصر حاضر سازمانها با منابع اطلاعاتی و دانش جدیدی روبرو هستند که از سرمایه‌های فکری آنها نشأت می‌گیرد. وجود زیرساخت‌ها و بسترهای مناسب برای ایجاد و خلق ایده و دانش (خلاقیت مخرب)، شناختن عوامل تسهیل کننده و ارتباط و تعامل بین سطوح مختلف سازمان، موجب ایجاد چرخه‌ای از نیروی محرکه‌ای به نام دانش در سازمان می‌شود. چنانچه، این نیروی محرکه به گونه‌ای مناسب مدیریت نشود دانش به صورت جزیره‌ای در انحصار افراد مانده و نقاط تلاقی در سطوح سازمانی از بین خواهد رفت. پژوهش حاضر به ارائه الگویی برای ایجاد و استقرار نظام مدیریت دانش و تأثیر آن بر ارتقاء خلاقیت و نوآوری کارکنان در وزارت امور اقتصادی و دارایی — خزانه‌داری کل کشور پرداخته است. همچنین نتایج تحقیق نشان می‌دهد در صورتی که نگرش و دانش کارکنان ایجاد و با اهداف سازمان همسو باشند، آنها مهارت خود را برای بهبود امور به کار می‌گیرند. بخش دوم پژوهش به ارائه مدلی برای استقرار نظام مدیریت دانش

64. social capital

اختصاص یافته است. با وجود اهمیت روزافزون مدیریت دانش بین صاحب‌نظران، مدل‌های متعددی نیز مطرح شده است که اجرای مدیریت دانش را از ابعاد متفاوتی مورد نظر قرار داده است. با توجه به این موضوع که مدیریت دانش، سیستم و رویکردی یکپارچه است و باید تمامی ابعاد را از ابتدایی‌ترین مرحله مورد نظر قرار داد، از بین بردن مقاومت کارکنان در برابر تغییر و ایجاد حس پذیرش نسبت به تسهیم دانش و به اشتراک‌گذاری آن با سایرین، مستلزم تدابیری چون تعیین استراتژی و فرهنگ‌سازی در سازمان است. همچنین تداوم تعهد مدیران و کارکنان را باید با ابزاری مانند ارزیابی و ممیزی مدیریت دانش در سازمان مورد بازنگری قرار داد. بنابراین مدل بهینه مدیریت دانش با توجه به هفت مرحله که از سازماندهی آغاز و به ارزیابی خاتمه می‌یابد تلاش دارد با حداقل ساختن موانع و مقاومت‌های موجود در برابر تغییرات، دانش را کشف، شناسایی، و خلق نموده و آن را در سرتاسر سازمان اشاعه داده و به اشتراک بگذارد.

با توجه به نتایج این پژوهش می‌توان گفت که مدیریت دانش رابطه مثبت و معناداری با نوآوری دارند که این یافته مشابه با نتایج تحقیقات فرزانه و همکاران (1395) و زارعی و همکاران (1395) و موسوی و همکاران (1395) و رستگار و مقصودی (1395) و تابش‌فرد و همکاران (1393) و وظیفه‌دوست (1393) و یوسفی (1391) و سوک‌هو و کانگ (2016) و هو و همکاران (2013) و وو و وانگ (2016) و مینا و همکاران (2014) جیمenez و سانزوال ۶۵ (2011) و دونیت و همکاران (2015) همخوانی دارد. همچنین با توجه به نتایج این پژوهش می‌توان گفت که مدیریت دانش رابطه مثبت و معناداری با خلاقیت دارند که این یافته مشابه با نتایج تحقیقات نیازآذری و همکاران (1390)، پورسلطانی و همکاران (1392) و برزگر و همکاران (1392) و کیس^{۶۶} (2008) و ریگه^{۶۷} (2005) و گاندهی^{۶۸} (2004) همخوانی دارد.

مراجع

- ✓ مدیریت دانش، تالیف: دکتر سید علی اکبر احمدی، علی صالحی
- ✓ پنجمین فرمان، خلق سازمان یادگیرنده، پتر سنگه، مترجم: حافظ کمال هدایت و محمد روشن، سازمان مدیریت صنعتی 1382
- ✓ واعظی، رضا، متولی حبیبی، مسلم (1385). نگاهی دانش‌مدار به مدیریت دانش، ماهنامه مدیریت، سال هفدهم، شماره 113 و 114، تهران، ایران.
- ✓ مدیریت رفتار سازمانی با رویکرد منابع انسانی، امیر جبلی، انتشارات فوژان
- ✓ راه چمنی، احمد. (1382). مدیریت دانش انسان مدار: کلید توسعه پایدار سازمانی. اولین کنفرانس توسعه منابع انسانی مجموعه مقالات، انتشارات مؤسسه مطالعات بهره‌وری و منابع انسانی.

⁶⁵ . Jimenez, D., Sanz-Valle, R.

⁶⁶ . Keyes, J.

⁶⁷ . Riege, A.

⁶⁸ . Gandhi, S.

✓ آذری، مهرداد. (1380). مدیریت دانش؛ عملکردها و چالشها، تدبیر، شماره 114، مرداد، صص-46

49

✓ دانش و مدیریت دانش در سازمان، امیر جبلی، مریم سعیدی اوالسحق، انتشارات فوزان، 1399

✓ بررسی و تبیین تأثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری با تأکید بر نقش میانجی مدیریت دانش روح الله

استاک، جمال عبدالملکی مدیریت سرمایه اجتماعی دوره 1، شماره 1، پاییز 1131 صفحات 1-20

- ✓ Aranda D. A., Molina-Fernandez L.M. (2002). Determinants of innovation through a knowledge based theory lens, industrial management, & Data systems, Volume 102, Number 5, p.296, (8), Emerald Group Publishing Limited.
- ✓ Donate, M. J. Sánchez de Pablo, J.D. (2015). The role of knowledge-oriented leadership in knowledge management practices and innovation. Journal of Business Research. 68. 360–370.
- ✓ Gandhi S.) 2004(Knowledge management and reference services. The Journal of Academic Librarianship; 30(5), 36-81.
- ✓ Hau, Y. S., Kim, B., Lee, H., & Kim, Y. (2013). The effects of individual motivations and social capital on employees' tacit and explicit knowledge sharing intentions. International Journal of Information Management, 33(2), 356–366
- ✓ Ho, A.L. (2011). Meditation, learning, organizational innovation and performance. Industrial Management & Data Systems, 111(1), 113-131.
- ✓ Jimenez, D., Sanz-Valle, R. (2011). Innovation, organizational learning, and performance. Journal of Business Research, 64(4), 408-417.
- ✓ Keyes, J. (2008). Identifying the Barriers to Knowledge sharing in Knowledge Intensive Organizations [Online]; Available from: URL: <http://www.newarttech.com/KnowledgeSharing.pdf/>
- ✓ Mayer-Foulkes, D. (2013). A Crosscountry Causal Panorama of Human Development and Ustainability. Review of Development Economics, 17(2), 235-251.
- ✓ Mina, A., Bascavusoglu-Moreau, E., Hughes, A. (2014). Open service innovation and the firm's search for external knowledge. Res. Policy, 43 (5), 853–866.
- ✓ Nonaka, I. Takeuchi, H.)1995(. Knowledge Creation Company-Oxford University Press, Oxford, UK;
- ✓ Nonaka, I. Takeuchi, H.)2004(. Knowledge Creation and Dialectics, in Nonaka and Takeuchi, Hitotsubashi on Knowledge Management; John Wiley & Sons Press.
- ✓ Puukka, J., Charles, D., Mora, J. G., & Nazare, H. (2013). Higher Education in Regional and City Development: Basque Country, Spain. France: OECD.
- ✓ Riege A.)2005(. Three-dozen knowledge-sharing barriers managers must consider. Journal of Knowledge Management, 9(3), 18-35.
- ✓ Sauk Hau, Y & Kang, M. (2016). Extending lead user theory to users' innovation-related knowledge sharing in the online user community: The mediating roles of social capital and perceived behavioral control Yong. International Journal of Information Management, 36, 520–530.

-
- ✓ Wiig, K.M. (2002). Knowledge Management in Public Administration. Journal of Knowledge Management. Vol. 6 No. 3 Pp 224-239.
 - ✓ Wong, S. (2003). Motivators to creativity in hotel industry. Tourism Manage Journal, 24(5), 551-9.
 - ✓ Wong, K.L. (2005). Critical success factor for implementing knowledge management in small and medium enterprises. Industrial Management and Data System, 105 (3), 261-265.
 - ✓ Wu, C & Wang, A. (2016). Geographical FDI knowledge spillover and innovation of indigenous firms in China. Journal of International Business Review, Volume 25, Issue 4, August 2016, Pages 895–906.