

## شناسایی و اولویت‌بندی موانع تسهیم دانش در جهت بهبود نوآوری در شبکه‌های اجتماعی (مورد مطالعه: بیمارستان مسیح دانشوری)

پریسا عبدی

دانشجوی دکتری مدیریت دولتی

مرکز تحقیقات سل بالینی و اپیدمیولوژی، پژوهشکده ملی سل و بیماری‌های ریوی NRITLD دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی تهران، ایران

### چکیده

نوآوری و توجه به آن امروزه یکی از ابزارهای مهم برای رشد و توسعه اقتصادی به حساب می‌آید. مراکز ارائه دهنده محصولات و خدمات درمانی می‌توانند با تقویت نوآوری در محصولات و خدمات خود زمینه را برای توسعه و بهبود عملکرد کسب و کاری خود مهیا نمایند؛ اما این مراکز درمانی برای تقویت نوآوری با چالش‌های عدیده‌ای رو به رو هستند از جمله مهم‌ترین چالش‌ها می‌توان، به موضوع تسهیم دانش اشاره داشت. هدف اصلی پژوهش حاضر نیز تاثیرگذاری تعیین میزان تاثیر تسهیم دانش در شبکه‌های اجتماعی در جهت بهبود نوآوری است. نوع روش تحقیق در این پژوهش از منظر هدف کاربردی است و از نظر ماهیت در دسته تحقیق‌های پیمایشی - توصیفی است. جامعه آماری این پژوهش بیمارستان‌ها می‌باشد. حجم این بیمارستان‌ها برابر با ۱۴۸ بیمارستان بوده است. با استفاده از جدول کوکران حجم نمونه برابر با ۱۰۶ نفر تعیین شده بود و محقق با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده به انتخاب اعضای نمونه پرداخته است. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه استاندارد مبتنی بر ۳۷ گویه استفاده شده است. این پرسشنامه پیش از توزیع نهایی روایی و پایایی آن مورد تایید واقع شد. نوع نرم افزار مورد استفاده برای تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده Smart PLS است. نتایج به دست آمده موید این موضوع است که موانع تسهیم دانش در زمینه بهبود نوآوری شامل امنیت شغلی، حمایت مدیران ارشد، راهبردها و اهداف سازمانی، فرهنگ سازمانی و محیط برون سازمانی است و همه این موارد در رابطه با تسهیم دانش در جهت بهبود نوآوری سازمانی موثر می‌باشند.

کلمات کلیدی: شبکه‌های اجتماعی، تسهیم دانش، نوآوری سازمانی

## مقدمه

بسیاری از بنگاه‌های اقتصادی موفق چشم اندازه‌های بلندمدت دارند. این بنگاه‌ها برای بالابردن آمادگی‌ها و رویارویی با تحولات آتی و نحوه تجدید ساختار از آن‌ها استفاده می‌کنند (شانکار و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۰۳). موضوعی که امروزه سازمان‌ها بر اساس آن میزان رقابت‌پذیری خود را تعیین می‌نمایند، دانش سازمانی است؛ به عبارت دیگر آن چیزی که به عنوان منبع رقابتی شناخته می‌شود توجه به این است که سازمان‌ها از منابع ملموس و غیرملموس خود به چه نحوی استفاده می‌نمایند. کسب و کارهای که توانسته‌اند از دانش خود به نحو احسن در زمینه‌های از قبیل انجام فرآیندهای سازمانی خود، ارایه محصولات، تیم کاری و مواردی از این دست استفاده نماید، می‌تواند به عملکرد متمایز خود در بازار امیدوار باشند (نظافتی و همکاران، ۱۳۹۱). بسیاری از سازمان‌ها به عنوان کسب و کارهای دانش مدار مطرح می‌باشند که مدیریت دانش در آنها اساس کار را تشکیل می‌دهد (شان و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۳).

امروزه فضای آنلاین امکان تعامل بهتر بین بخش‌های مختلف را در جامعه و شرکت‌ها مهیا کرده است. امروزه نیروی انسانی در هر سازمانی وقت زیادی را از ساعات کاری خود را در شبکه‌های اجتماعی می‌گذارند (بریونس و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۱)؛ که این موضوع موید اهمیت فضای آنلاین در سازمان‌هاست به ویژه سازمان‌هایی است که نیازمند تعامل با عناصر محیطی می‌باشند. بدون شک مراکز درمانی نقش مهمی را در عرصه تولید دانش و بهره‌گیری از دانش کاربردی در جهت تولید محصولات و خدمات درمانی دارند. استفاده از شبکه‌های اجتماعی زمینه لازم را برای سازمان‌ها مهیا می‌نمایند که بتواند اهرم‌های رقابتی مهم از جمله کاهش هزینه‌ها و بهبود ارتباطات را ممکن سازد. به عبارتی شبکه‌های اجتماعی زمینه را برای این مهیا می‌کند که سازمان بهتر بتواند برای حفظ تعامل با ارباب رجوع و روابط کارکنان تلاش نمایند (دان<sup>۴</sup>، ۲۰۱۰).

## شبکه‌های اجتماعی

شبکه‌های اجتماعی نشان دهنده گروهی از افرادی است که در غالب گروه‌های از جمله روابط دوستی در ارتباط با یکدیگر باشند و می‌توانند با سرعت بالاتری و با استفاده از شبکه‌های با ساختارهای منسجم در زمینه بهبود تعاملات اقدام نماید (میرمحمدصادقی، ۱۳۹۱)

## گرایش به نوآوری

نوعی رفتاری است که در غالب رویکردهای استراتژیک شناخته می‌شود که فضای گسترده‌ی را برای ارایه ایده‌های نو و همچنین ایده‌های جدید امکان پذیر می‌نماید این موضوع زمینه را برای تقویت و بهبود عملکرد توأم با پویایی بالاتر در بازار برای مشتریان ایجاد می‌نماید (اولسون<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۰۵).

---

<sup>1</sup>Shankar et al

<sup>2</sup>Shan et al

<sup>3</sup>Briones et al

<sup>4</sup>Dunn

<sup>5</sup>Olson

## مدیریت دانش

به معنای در دسترس قرار دادن نظام‌مند اطلاعات و اندوخته‌های علمی است، به گونه‌ای که به هنگام نیاز در اختیار افرادی که نیازمند آن‌ها هستند، قرار گیرند تا آن‌ها بتوانند کار روزمره خود را با بازدهی بیشتر و موثرتر انجام دهند. مدیریت دانش شامل یک سری استراتژی و راهکار برای شناسایی، ایجاد، نمایندگی، پخش و تطبیق بینش‌ها و تجارب در سازمان می‌باشد. برنامه اجرایی مدیریت اندوخته‌های علمی بر این دو جزء اصلی بنا می‌شود (حمیدی‌زاده، ۱۳۸۹).

**فرهنگ سازمانی:** مجموعه‌ای از ارزشها، باورها، عقاید، فرضیات و هنجارهای مشترک حاکم بر سازمان یاد می‌کنند. در واقع فرهنگ سازمانی همان چیزی است که به‌عنوان یک پدیده درست به اعضای تازه وارد آموزش داده می‌شود و آن بیانگر بخش نانوشته و محسوس سازمان است (رضائیان، ۱۳۹۰).

**زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات:** به مجموعه سخت افزاری و نرم افزاری اطلاق می‌شود که جریان اطلاعات و ارتباطات را با سرعت بالاتر و بدون اختلال در فرآیند تبادل اطلاعات انجام می‌دهد (نیکوکار و همکاران، ۱۳۹۳).

**حمایت مدیران عالی:** اشاره به پشتیبانی و حمایت مدیران سازمانی از اقدامات، تصمیم‌ها نیروی انسانی در سازمان دارد (رضائیان، ۱۳۹۰).

## موانع تسهیم دانش در فضای آنلاین

امروزه مدیریت دانش به یکی از ارکان اصلی فعالیت‌های سازمان‌های دانش محور تبدیل شده است و این سازمان‌ها تلاش می‌کنند با اجرای طرح‌های مختلف مدیریت دانش از منابع دانشی و سرمایه‌های فکری خود به نحو موثر و کارایی در جهت دستیابی به اهداف راهبردی استفاده کنند. نکته مهم در این میان گستردگی، چندبعدی بودن (انسان- فناوری- سازمان) و پیچیدگی طرح‌های مدیریت دانش سازمانی است که شاید تا حدود زیادی ناشی از پیچیدگی و ناملموس بودن مفهوم دانش باشد. از سوی دیگر با توجه به کاربرد روز افزون شبکه‌های اجتماعی و اهمیت آن به عنوان یک کانال مهم در امر تسهیم دانش، به نظر بررسی موانع تسهیم دانش در شبکه‌های اجتماعی دارای اهمیت است زیرا این امکان را به شرکت‌ها می‌دهد تا از طریق شناخت در راستای تقویت و بهبود نوآوری و تقویت آن در سطح شرکت؛ برندها موفق باشند. همانطور که بیان داشتیم این تسهیم دانش است که زمینه را برای تقویت و بهبود نوآوری می‌تواند در سازمان مهیا نماید (براتونی، ۲۰۰۸).

## پیشینه داخلی

**رزمی و همکاران** در سال ۱۳۹۴ به بررسی تاثیر رسانه‌های اجتماعی بر نوآوری سازمانی پرداختند. از زمانی که رسانه‌های اجتماعی به عنوان مجموعه‌ای از سرویس‌های کاربردی تحت وب و ابزارهای آنلاین به پدیده‌های فراگیر تبدیل شده‌اند و شکل جدیدی از تعاملات اجتماعی را سامان داده‌اند سازمان‌ها نیز برای کسب مزیت رقابتی و ایجاد تعاملات بیشتر و بهتر با مشتریان و ذینفعان خود به این رسانه‌ها رو آورده‌اند. یکی از مهمترین تأثیراتی که رسانه‌های اجتماعی بر سازمان‌ها دارند افزایش قابلیت‌های نوآوری در سازمان‌ها می‌باشد. هدف این پژوهش نیز بررسی تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر نوآوری سازمان‌هاست. داده‌های این پژوهش از طریق پرسشنامه جمع آوری شده‌اند و تجزیه و تحلیل داده‌ها به کمک نرم افزار SPSS انجام شده است. یافته‌های

پژوهش نمایانگر این است که عواملی مانند هم راستایی رسانه‌های اجتماعی با اهداف سازمان، وجود فرهنگ نوآوری باز در سازمان و توانایی سازمان در کسب دانش از طریق رسانه‌های اجتماعی بر نوآوری سازمان‌ها مؤثرند.

**تقی پور و همکاران** در سال ۱۳۹۴ به تحقیقی تحت عنوان بررسی نقش مدیریت دانش در تاثیر رسانه‌های اجتماعی بر خلاقیت کارکنان پرداختند. هدف اصلی این پژوهش بررسی تاثیرگذاری رسانه‌های اجتماعی بر خلاقیت کارکنان با توجه به نقش مدیریت دانش بوده است. داده‌های جمع‌آوری شده از شرکت آژانس مسافرتی ایران ره‌گشت تصدیق کرده‌اند که خلاقیت کارکنان به طور جالبی به شرکت آنها در شبکه‌های اجتماعی و استفاده آنها از رسانه‌های اجتماعی برای کارهایی همچون تحقیق، ذخیره اطلاعات و خواندن آنها (فرآیندهای ادراک داخلی)، به اشتراک گذاری و بحث و همکاری (فرآیندهای ادراک خارجی) وابسته است. این مطالعه با فراهم کردن تاییدهای تئوری و اثر کاربردی آنها که نشان می‌دهد چگونه شبکه‌های اجتماعی می‌تواند بر خلاقیت کارکنان تاثیر بگذارد و در این زمینه فعالیت کند. یافته‌های این پژوهش نیاز انتقال تمرکز از روی مدیریت خلاقیت افراد (سطوح پایین) و مفاهیم سازمانی (سطوح بالا)، به سمت مدیریت شبکه‌های اجتماعی خلاق را نشان می‌دهد.

### پیشینه خارجی

**چن و کائو** در سال ۲۰۱۷ در پژوهشی به دنبال شناسایی موانع نوآوری از طریق جذب دانش از شبکه‌های اجتماعی بودند. در این تحقیق محققین مزیت شبکه‌های اجتماعی را در ایجاد و تسهیل ارتباطات شرکت‌های دانش بنیان با عناصر محیطی دانسته‌اند. در این پژوهش هدف اصلی شناسایی موانع مهم و کاربردی در این زمینه یعنی تسهیل جذب دانش از شبکه‌های اجتماعی و به عبارتی مدیریت ریسک‌های موجود در جذب دانش بوده است. ۲۷ معیار در غالب ۴ ریسک مهم و کلیدی در این پژوهش شناسایی شده بودند که عبارت بوده‌اند از ریسک‌های کاربردی، ریسک‌های فیزیکی، ریسک‌های ارزشی، ریسک‌های مرتبط با اعتماد و امنیت از جمله مهم‌ترین این ریسک‌ها بوده‌اند که به عنوان مانع در زمینه تسهیم و جذب دانش از شبکه‌های اجتماعی در بین شرکت‌ها بوده‌اند.

**ویلیامز وانگ و همکاران** در سال ۲۰۱۶ به بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی در ارتباطات شرکت به شرکت برای بهبود عملکرد کسب و کاری پرداخته بودند. محققین در تحقیق خود بیان داشتند که استفاده از برنامه‌های شبکه‌های اجتماعی امروزه به عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارها برای تسهیل ارتباط بین فردی شناخته می‌شود. شرکت‌ها به همین واسطه کانال‌های متعددی را برای بهبود و تسریع ارتباط خود با مشتریان خود ایجاد نموده‌اند. خلاء موجود در تحقیقات مرتبط در این است که تا به حال در زمینه استفاده از برنامه‌های شبکه‌های اجتماعی و تأثیرگذاری بر عملکرد کسب و کار در زمینه شرکت به شرکت مورد بررسی قرار نگرفته بود. محقق بر آن بود که تأثیرات به کارگیری استفاده از این ابزارها را در این زمینه بررسی نماید.

**نگویان و همکاران** در سال ۲۰۱۵ به تحقق تأثیر نوآوری برند و رسانه‌های اجتماعی با توجه به نقش رسانه‌های اجتماعی و بازار محوری با توجه به نقش قابلیت‌های استراتژیک رسانه‌های اجتماعی پرداخته بودند. در پژوهش مورد بررسی محقق بازار محوری را در قالب دو معیار پاسخگویی و فعال بودن در بازار در نظر گرفته بود و بیان نمود که شرکت‌های پیش‌رو همواره در حال استفاده از روش‌های نوینی در جهت بهبود عملکرد نوآوری خود هستند. استفاده از دانش از طریق رسانه‌های اجتماعی از جمله مهم‌ترین آن‌ها بوده است. این تحقیق در بین ۳۵۷ بازاریاب شرکت‌های وابسته به فناوری در چین صورت گرفت و نتایج آن به این شکل بوده است که اکتساب دانش و جهت‌گیری بازار می‌تواند زمینه مناسبی بر بهبود نوآوری در برند باشد. از سوی دیگر نقش میانجی قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی نیز مورد تایید است. **پروین و همکاران** در سال ۲۰۱۵ در تحقیقی به بررسی نقش کارکرد شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد سازمانی پرداخته بودند. در این تحقیق نیز محققین به کارکردها و استفاده روز افزون و فوق العاده از شبکه‌های

اجتماعی در سازمان‌ها اشاره کردند و از مزیت‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی به ویژه در سازمان‌های دولتی یاد نموده‌اند و حتی به عنوان یک ابزار مهم در بهبود خدمت رسانی در این بخش از این شبکه‌های اجتماعی یاد شده است. در این پژوهش که از جمله پژوهش‌های کمی بوده است در بین ۶ سازمان صورت گرفته بود. نتایج این تحقیق نیز نشان داده است که استفاده از شبکه‌های اجتماعی موجب بهبود خدمت‌رسانی، ایجاد خدمات نوآورانه‌تر، کسب رضایت بالاتر شغلی در بین نیروی انسانی سازمان و عملکرد سازمانی می‌شود.

### روش تحقیق

تحقیق‌ها در حوزه‌های همانند علوم انسانی و مدیریت را می‌توان از چند حیث تقسیم‌بندی نمود؛ که در ادامه به تشریح هر یک پرداخته شده است.

این تحقیق از نظر هدف یک تحقیق پیمایشی - توصیفی، از نظر نوع داده‌ها تحقیق کمی است، از نظر محل اجرا تحقیق میدانی، از نظر روش اجرا تحقیق پیمایشی، از نظر مقطع زمانی یک تحقیق مقطعی. البته داده‌های حاصل از مقیاس کمی با روش‌های آمار استنباطی تعیین خواهد شد.

در تحقیق‌های توصیفی محقق به دنبال تشریح دقیق یک موضوع می‌باشد به عبارتی محقق در این تحقیق هر عامل یا عواملی را که شناسایی می‌کند در کنار نتایجی که در رابطه با نوآوری و تقویت آن در سازمان به دست می‌آید بدون کم و کاستی گزارش می‌شود. به عبارتی در این تحقیق محقق حق هیچگونه دستکاری یا دخالتی در نتایج را ندارد و عین واقعیت را گزارش می‌کند. در این تحقیق نیز این رسالت بر دوش محقق است که نتایج را بدون کم و کاستی گزارش نماید.

از سوی دیگر از نظر نوع داده‌ها در این پژوهش که داده‌های کمی می‌باشد داده‌های کمی از ابزار پرسشنامه در پژوهش استخراج می‌شود و با هدف اثبات روابط و مدل طراحی شده استفاده خواهد شد.

در مطالعه‌های میدانی محقق سعی دارد وارد جامعه هدف خود شده و اطلاعات پیرامون موضوع خود را به دست آورد. به عبارتی در تحقیق‌های میدانی بدون هیچ دخالتی در جریان طبیعی رویدادها تا آنجایی که می‌تواند اطلاعات جمع‌آوری شود در این تحقیق میدانی، مشاهده عنصر اصلی را تشکیل می‌دهد.

از سوی دیگر این پژوهش از نظر زمانی یک پژوهش مقطعی است. در این رویکردها محقق سعی بر گردآوری داده‌ها درباره یک یا چند صفت در یک مقطع زمانی خاص دارد و پس از اتمام مراحل گردآوری در صورت عدم الزام، به جامعه هدف برای گردآوری و بررسی مجدد برنخواهد گشت.

در انتها محقق بنا دارد به بررسی روابط با استفاده از داده‌های کمی بپردازد. در واقع با رویکردهای آماری یا پوزیتویستی سعی اصلی محقق بر این خواهد بود که روابط بین مدل را مورد بررسی و تایید قرار دهد.

### متغیرهای تحقیق

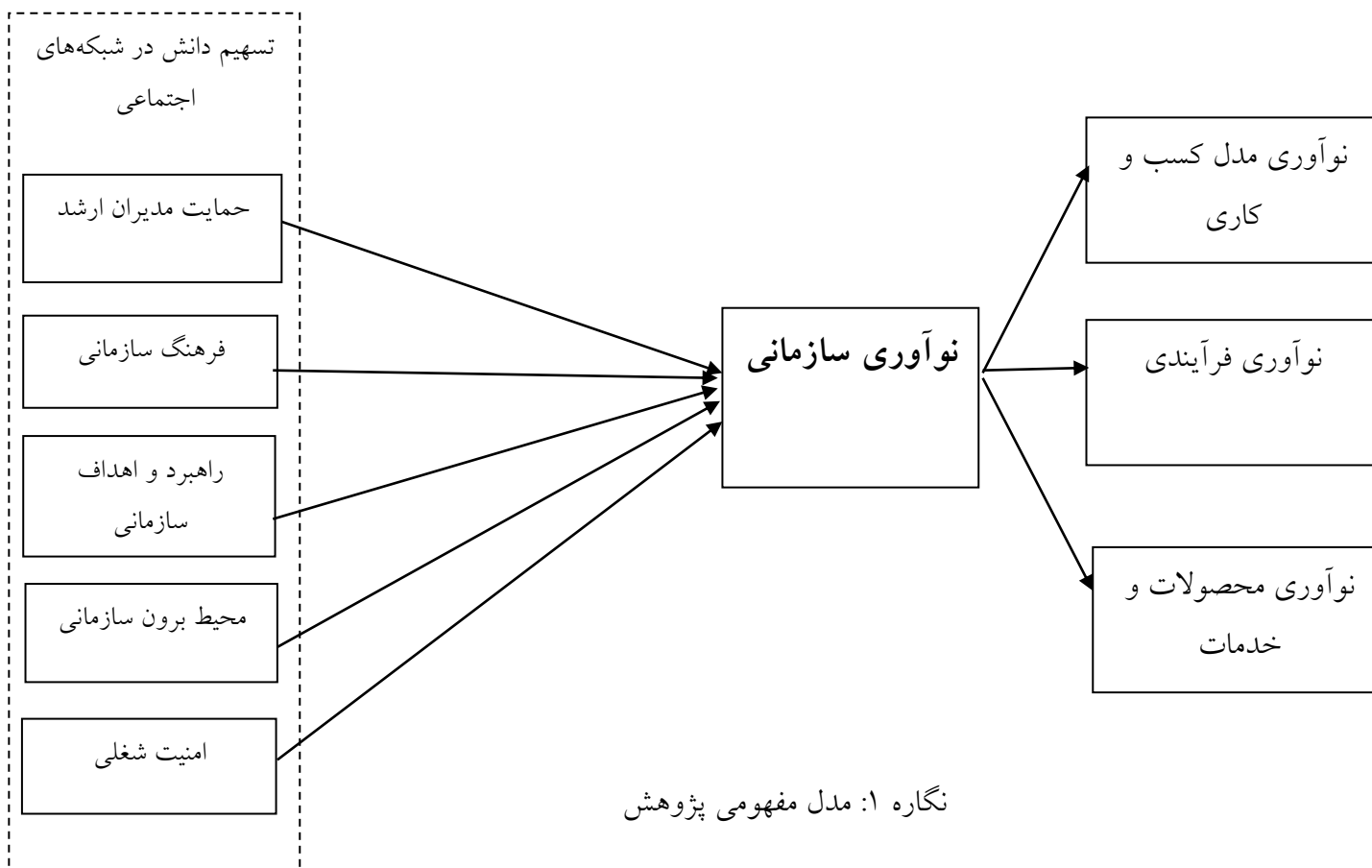
در هر تحقیقی با یک دسته از متغیرها پژوهشگر رو به رو است. ممکن است این متغیر جزء متغیرهای مستقل، یا اینکه متغیرهای وابسته باشد یا اینکه به عنوان یک متغیر مداخله‌گر باشد؛ بنابراین بسته به نوع تحقیق و نوع تعریف کارکرد متغیرها می‌توان دسته بندی مختلفی برای متغیرها ارائه نمود.

### متغیر مستقل

متغیر مستقل به آن دسته از متغیرهایی گفته می‌شود که محقق در پی این است که میزان تاثیرگذاری آن‌ها مورد ارزیابی قرار بگیرد. به عبارتی متغیر مستقل متغیری است که شکسته می‌شود تا اینکه اثرگذاری آن بر سایر متغیرها ارزیابی قرار بگیرد. متغیر مستقل در این پژوهش عوامل موثر بر تسهیم دانش شامل (حمایت مدیران ارشد، اهداف و راهبرد سازمانی، فرهنگ سازمانی، محیط برون سازمانی و امنیت شغلی) می‌باشد.

### متغیر وابسته

نوع دیگری از متغیرها از نوع وابسته است، در واقع متغیری است که محقق در پی آن است که میزان تاثیرپذیری را مورد ارزیابی قرار دهد یا به عبارتی سعی اصلی محقق در این متغیرها اندازه‌گیری درصد تغییرات است. در این پژوهش متغیر نوآوری سازمانی (نوآوری مدل کسب و کاری؛ نوآوری فرآیندی و محصولات و خدمات) می‌باشد.



نگاره ۱: مدل مفهومی پژوهش

همانطور که در نگاره ۱ مشاهده می‌شود در این تحقیق دو بخش اصلی مشهود است بخش نخست که مربوط به تسهیم دانش در شبکه‌های اجتماعی است محقق با استفاده از ادبیات نظری ۵ بعد شناسایی شده بود نخست، شامل حمایت مدیران ارشد، فرهنگ سازمانی، راهبرد و اهداف سازمانی، محیط برون سازمانی و امنیت شغلی بوده است. از دید محقق این ۵ معیار می‌تواند زمینه ساز تسهیم دانش در شبکه‌های اجتماعی نقش موثری در سازمان‌ها و شرکت‌ها داشته باشند. پس از این موضوع، نوآوری سازمانی محقق را از ادبیات نظری مورد بررسی قرار داد. همانطور که در مدل مفهومی مشهود است سه بعد برای نوآوری در نظر گرفته شده بود نوآوری در مدل کسب و کار، نوآوری در محصولات و خدمات و در نهایت نوآوری فرآیندی بوده است. در این تحقیق محقق بر آن است که دریابد که این عوامل ۵ گانه می‌تواند در سازمان ایجاد کننده نوآوری سازمانی باشد.

### ابزار جمع آوری داده‌ها

ابزار گردآوری داده‌ها در رویکردهایی از نوع میدانی و کمی؛ پرسشنامه است. پرسشنامه در برگزیده تعدادی سؤال است که از اعضای انتخاب شده از نمونه آماری پرسیده می‌شود. این پرسشنامه دارای سه بخش است که بخش نخست پیرامون معرفی پژوهش می‌باشد، بخش دوم در رابطه با اینکه افراد پاسخ دهنده دارای چه ویژگی‌های می‌باشند و در نهایت بخش سوم که سؤال‌های مرتبط با متغیرهای پژوهش می‌باشد. همانطور که پیشتر نیز بیان داشتیم در این قسمت گویه‌های به منظور موانع تسهیم دانش در جهت بهبود نوآوری در شبکه‌های اجتماعی بیان گردیده است. این قسمت از پرسشنامه متشکل از ۳۷ گویه است.

### روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده محقق بنا دارد از رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده نماید. دلیل استفاده از این روش عدم محدودیت‌های نسل اول معادلات ساختاری به ویژه در بخش مربوط به نوع توزیع داده‌ها و همچنین محدودیت بین تعداد گویه و افراد پاسخ دهنده می‌باشد.

در این رویکرد فرض نوع توزیع داده‌ها را ناشناخته در نظر می‌گیرد و برعکس نسل اول که اصرار به نرمال بودن داده‌های گردآوری دارد، نوع توزیع داده‌ها دارای اهمیت نمی‌باشد. از سوی دیگر نسل اول حداقل تعداد پاسخ دهنده باید ۲۰۰ نفر باشد که در این نرم افزار مورد استفاده این محدودیت ندارد.

بنابراین در این تحقیق روش مدل معادلات ساختاری مبتنی بر واریانس با نرم‌افزار SmartPLS برای آزمون فرضیه‌های تحقیق به کار می‌رود. در ادامه به اقدامات این نرم افزار اشاره شده است

Smart PLS: از این نرم افزار برای آزمون فرضیه‌های پژوهش استفاده خواهد شد:

آماره‌های مختلف مورد استفاده در این پژوهش: آزمون تی و لیو برای بررسی تایید و رد فرضیات. آزمون تست مدل در حالت ضرایب استاندارد برای بررسی شدت تاثیر.

$Q^2$ ,  $R^2$ , GOF: شاخص‌های مورد استفاده برای برازش مدل

### تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این بخش به بررسی مدل ساختاری پرداخته و مدل کلی تحقیق مورد برازش قرار می‌گیرد. برای این منظور، معناداری و ضرایب مسیر مدل تحقیق با استفاده از روش بوت استرپ (نمونه‌گیرهای مجدد و متوالی)<sup>۶</sup> و آماره آزمون تی استیودنت مورد بررسی قرار گرفته است. در حقیقت ضریب تعیین نسبت به ضریب همبستگی معیار گویاتری به شمار می‌رود و مهم‌ترین معیاری است که با آن می‌توان رابطه بین دو متغیر را توضیح داد. این ضریب بیان‌کننده درصد تغییرات تابع به وسیله متغیر مستقل است. ضریب تعیین عددی بین صفر و یک است. اگر ضریب تعیین برابر صفر باشد یعنی خط رگرسیون هرگز نتوانسته است تغییرات تابع را به تابع مستقل نسبت دهد. به عبارت دیگر چنانچه هیچ‌گونه تغییری در متغیر وابسته به وسیله رابطه رگرسیون توضیح داده نشود، مقدار ضریب تعیین برابر صفر است. اگر ضریب تعیین برابر یک باشد یعنی خط رگرسیون دقیقاً توانسته است تغییرات متغیر وابسته را به تغییرات متغیر مستقل نسبت دهد. به عبارتی اگر تمام تغییرات در متغیر وابسته توسط رابطه رگرسیون توضیح داده شود، مقدار ضریب تعیین برابر یک خواهد بود و مقادیر دیگر بین این دو حد قرار می‌گیرند، مقادیر  $R^2$  نزدیک به ۰,۶۷ مطلوب، نزدیک به ۰,۳۳، و مقادیر نزدیک به ۰,۱۹، ضعیف محسوب می‌شوند (چن، ۱۹۹۸). در نهایت قابلیت پیش‌بینی مدل نیز با استفاده از آزمون ناپارامتری استون گیسر مورد ارزیابی قرار گرفته است. در آزمون استون گیسر دو مقدار (مقادیر  $Q^2$ ) ارائه می‌شود: CV.Redundancy و CV.Community. مقدار CV.Redundancy به ارزیابی مدل ساختاری و مدل سنجش به طور همزمان می‌پردازد و مقدار CV.Community فقط به ارزیابی مدل سنجش می‌پردازد (تننهاوس، ۲۰۰۵، هایر و همکاران، ۲۰۱۴).

$Q^2$  مثبت و بزرگ، نشان از قابلیت بالای پیش‌بینی مدل دارد و مقادیر  $Q^2$  منفی نشان دهنده‌ی تخمین بسیار ضعیف متغیر پنهان است (هنسلر و همکاران<sup>۷</sup>، ۲۰۰۹). ضرایب مسیر و مقادیر آماره تی مدل تحقیق به ترتیب در جدول شماره‌ی ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱) ضرایب تعیین مدل تحقیق

متغیرها	ضریب تعیین ( $R^2$ )	CV.Red	CV.Com
امنیت شغلی	-	۰,۶۶۴	۰,۶۶۴
فرهنگ سازمانی	-	۰,۵۵۲	۰,۵۵۲

<sup>۶</sup> در روش بوت استرپ به پیشنهاد هنسلر و همکاران (۲۰۰۹)، ۵۰۰۰ بار با حجم ۱۰۶ (برابر با حجم نمونه اصلی) نفر نمونه‌گیری مجدد و متوالی انجام شده است.

<sup>۷</sup>Henseler et al.



۰,۶۹۴	۰,۴۲۹	۰,۳۷۸	نوآوری سازمانی
۰,۷۸	۰,۷۸	-	محیط برون سازمانی
۰,۷۳۱	۰,۷۳۱	-	راهبردها و اهداف سازمانی
۰,۶۲۶	۰,۶۲۶	-	حمایت مدیران ارشد

همان‌طور که در جدول فوق مشاهده می‌گردد مقادیر ضرایب تعیین برای متغیرهای مکنون مدل، بیان‌کننده میزان تأثیرپذیری متغیرهای وابسته از متغیر مستقل است. همچنین نتایج نشان داده است که ۰,۸۰۹ درصد از تغییرات عملکرد سازمانی مرتبط با موضوع مهارت‌های مدیران و مدیریت دانش است. بررسی مقادیر  $Q^2$ ، نشان می‌دهد هیچ یک از مقادیر  $Q^2$  منفی نبوده و حداقل مقادیر لازم برای پیش‌بینی، برآورده شده است.

و در آخر نیز به برآزش کلی مدل اشاره شده است که در مدل‌های مبتنی بر حداقل مربعات جزئی از شاخص GOF استفاده می‌شود که باید بیشتر از ۰/۳ باشد، این شاخص طبق فرمول برای مدل حاضر به صورت زیر محاسبه شده است و نشان‌دهنده مناسب بودن مدل کلی است:

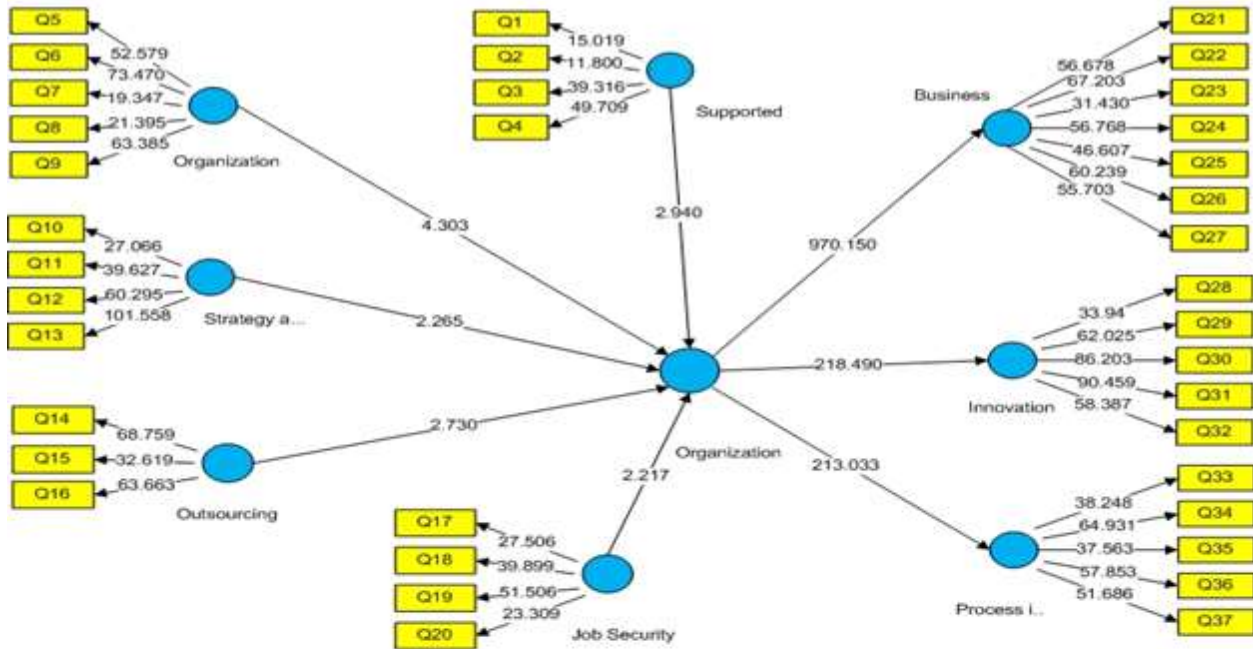
$$GOF = \sqrt{\text{Communalities} \times R^2} = 0.562$$

برای محاسبه GOF باید میانگین Communalities و همچنین میانگین  $R^2$  در هم ضرب می‌کنیم و جذر آن را می‌گیریم. در صورتی که میزان اماره GOF بالاتر از ۰,۳ باشد این بدان معنی است که میزان برآزش کلی مدل؛ روابط کلی مدل مورد تایید است.

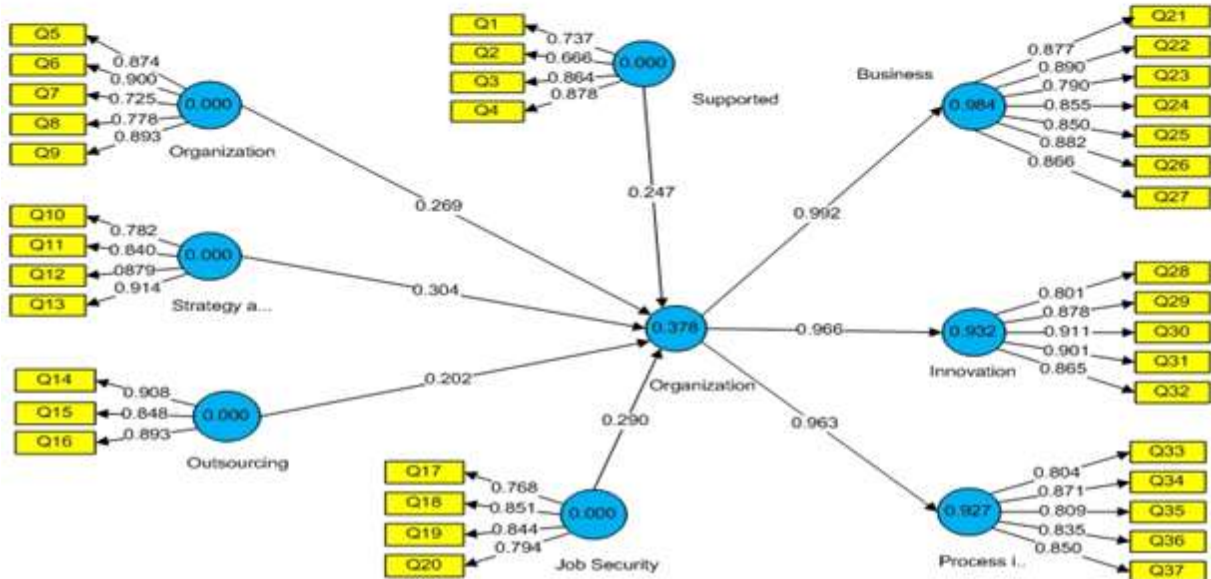
### آزمون مدل مفهومی اصلی پژوهش

در این تحقیق، جهت تحلیل مدل مفهومی پژوهش، رویکرد مدل سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار SmartPLS به کار رفته است. مدل ساختاری در ادامه گزارش شده است. برای تحلیل معناداری روابط مدل از ضرایب معناداری (t-value) استفاده می‌شود که این مقدار برای هر کدام از روابط ساختاری و اندازه‌گیری در شکل آمده است.

مدل حداقل مربعات جزئی در حالت معنی داری



مدل حداقل مربعات جزئی در حالت استاندارد



در این بخش از پژوهش، روابط طراحی تحقیق به وسیله ضرایب مسیر و آماره تی مورد آزمون قرار گرفته‌اند. چنانچه مقدار آماره تی برای مسیری بزرگتر از ۱/۹۶ باشد، می‌توان نتیجه گرفت که این مسیر معنی‌دار بوده و روابط مورد نظر در سطح خطای ۰/۰۵ مورد تایید قرار می‌گیرد.

## جدول ۲) نتایج آزمون تی: آزمون روابط تحقیق

نتیجه	آماره ی تی	ضریب مسیر (β)	متغیر		فرضیه
			وابسته	مستقل	
تایید فرض	۲,۹۴	۰,۲۴۷	نوآوری سازمانی	امنیت شغلی	۱
تایید فرض	۴,۳۰۳	۰,۲۶۹	نوآوری سازمانی	فرهنگ سازمانی	۲
تایید فرض	۲,۲۶۵	۰,۳۰۴	نوآوری سازمانی	محیط برون سازمانی	۳
تایید فرض	۲,۷۳	۰,۲۰۲	نوآوری سازمانی	راهبردها و اهداف سازمانی	۴
تایید فرض	۲,۲۱۷	۰,۲۹	نوآوری سازمانی	حمایت مدیران ارشد	۵

در ادامه محقق به صورت بسط داده شده فرضها را بررسی می‌نماید.

همانطور که پیشتر نیز بیان شده بود برای تایید روابط باید میزان آماره تی بالاتر از ۱,۹۶ باشد. در این بخش همانطور که پیشتر از ادبیات نظری استخراج شده بود ۵ عامل در زمینه نوآوری سازمانی در شبکه های اجتماعی به عنوان مانع بوده اند. نتایج به دست آمده نشان از این داشت که امنیت شغلی، حمایت مدیران ارشد، راهبردها و اهداف سازمانی، فرهنگ سازمانی و محیط برون سازمانی هر یک بر نوآوری و تسهیم دانش در شبکه های اجتماعی تاثیر گذار است.

## جمع بندی و نتیجه گیری

چه عواملی در بهبود تسهیم دانش در شبکه های اجتماعی می‌توانند دخیل باشند؟

برای پاسخ به این سؤال محقق با مطالعه عمیق ادبیات نظری سعی بر این داشت که به شناسایی معیارها بپردازد. محقق پس از بررسی عوامل موثر تسهیم دانش در شبکه های اجتماعی ۵ معیار را شناسایی کرده است. این معیارها شامل حمایت مدیران ارشد، فرهنگ سازمانی؛ راهبرد و اهداف سازمانی، محیط برون سازمانی و امنیت شغلی بوده است. موضوع نخست در زمینه تسهیم دانش؛ توجه به حمایت های مدیران ارشد از فرآیند تسهیم دانش در شبکه های اجتماعی است. مدیران در زمینه تسهیم دانش بر این اساس نقش مهمی دارند زیرا این امکان را برای نیروی انسانی فراهم می کنند که درک نماید اقدامی نظیر تسهیم دانش از دید مدیران مفید است بنابراین با رعایت و انجام آن، سعی می‌نماید در ارزیابی عملکرد خود و شایستگی خود تغییر زیادی را در نگرش مدیران داشته باشد. تحقیقات نشان داده است که ویژگی های شخصیتی مدیران ارشد، به عنوان یکی از اعضای تصمیم گیرنده در درون سازمان، بر رفتار حرفه ای آنها تأثیر میگذارد و موجب میشود تا ارزشهای شخصی به ارزشهای سازمانی تبدیل شود و به دنبال آن سازمانها به مزیت سازمانی و رهبری تسهیم دانش در بین بیمارستانها خواهند رسید. تعهدات فردی مدیران، تأسیس کنندگان

یا صاحبان بیمارستان‌ها به تسهیم دانش، زمینه را ایجاد می‌نماید که یک الگوی تکراری از تسهیم دانش در بیمارستان به ویژه در فضای آنلاین ایجاد شود. حمایت‌های صورت گرفته در زمینه تسهیم دانش در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند از طریق حمایت‌های کلامی باشد و مدیران پس از مشاهده تسهیم دانش در دل بیمارستان خود به تشویق و الگوسازی نیروی انسانی در این رابطه می‌پردازد. همچنین با افزایش سرمایه‌گذاری در زمینه بروز رسانی و تقویت سرعت‌بخشی ارتباطات می‌تواند زمینه را برای افزایش تسهیم دانش با استفاده از حمایت‌های خود مهیا نماید. بنابراین توجه به موضوع حمایت‌های سازمانی موضوعی است که می‌تواند زمینه را برای بهبود تسهیم دانش در شبکه‌های اجتماعی مهیا نماید. از سوی دیگر معیار بعدی فرهنگ سازمانی می‌باشد. فرهنگ سازمانی همانطور که می‌دانیم نشان از ارزش‌ها و باورهای سازمانی است که در سازمان وجود دارد. در صورتی که در فرهنگ سازمانی انتقال دانش به دیگران یک امر مثبت از دید نیروی انسانی قلمداد شود و نیروی انسانی از درون خود یک باور داشته باشد که با تسهیم دانش می‌تواند در بهبود عملکرد دیگران؛ خود، سازمان و بیمارستان اثرگذار باشد، بدون شک جریان تسهیم دانش در بیمارستان تقویت می‌شود. لازم به ذکر است که فرهنگ سازمانی یک موضوع کوتاه مدت یا به عبارتی یک متغیری نیست که بتوان به سادگی در سازمان تغییر داد و این موضوع یکی از چالش‌های مهم در راستای تقویت تسهیم دانش در بیمارستان‌هایی است که از لحاظ فرهنگ تسهیم دانش ضعیف هستند، می‌باشد. به همین دلیل توصیه می‌شود بیمارستان‌هایی که در زمینه تسهیم دانش با چنین مساله‌ی رو به رو می‌شوند از طریق تغییر رهبران سازمانی و افزایش رفتارهای تسهیم دانشی از سوی مدیران و رهبران، فرهنگ سازمانی مطلوب را در زمینه تسهیم دانش در سازمان ایجاد نمایند. راهبرد و اهداف سازمانی موضوع دیگری است که در زمینه تسهیم دانش باید به آن توجه داشت. اهداف و راهبردهای سازمانی نوع جهت‌گیری منابع درون‌سازمانی در جهت بهبود تسهیم دانش می‌باشد. اهداف در واقع مشخص کننده اقداماتی است که در بیمارستان باید پی‌گیری شود. به همین دلیل هنگامی می‌توان این امید را داشت که بیمارستان‌ها بتوانند در جهت تسهیم دانش اقدامات علمی را بردارند و در راستای آن برنامه‌های وجود داشته باشد. به همین دلیل برای بهبود تسهیم دانش یا به طور کلی مدیریت دانش باید بیمارستان‌ها برنامه‌های استراتژیک مدونی را ترتیب دهند و با عملیاتی کردن این برنامه‌ها زمینه را برای تقویت تسهیم دانش در بیمارستان ایجاد نمایند. در صورتی که در زمینه اهداف و راهبردهای بیمارستان خلایی وجود داشته باشد این امر باعث افزایش سردرگمی در بیمارستان و اتلاف منابع در جهت تسهیم دانش خواهد شد بنابراین توجه به این موضوع کاربردی برای بهبود تسهیم دانش امری لازم الاجرا است. محیط برون سازمانی و تسهیم دانش نیز موضوعی بسیار جذاب به حساب می‌آید بسیاری از بیمارستان‌ها در محیط رقابتی در حال فعالیت هستند و برای بهبود و تقویت عملکرد خود نیاز به استفاده از مدیریت دانش به ویژه تسهیم دانش هستند. بیمارستان‌ها در محیط رقابتی نیاز زیادی به تسهیم دانش از این بابت دارند که برای بهبود عملکرد باید نیروی انسانی از لحاظ دانشی در حد مطلوبی باشد، فشارهای محیطی، تغییرات مداوم نیاز به تسهیم دانش و تقویت و به کارگیری آن را از طریق شبکه‌های اجتماعی بسیار حساس‌تر می‌نماید بنابراین نوع محیط برون سازمانی که بیمارستان‌ها در آن در حال فعالیت هستند نیز موضوعی است که باید در این زمینه به آن توجه داشته باشند. آخرین موضوعی که در تسهیم دانش در شبکه‌های اجتماعی بسیار مورد توجه قرار می‌گیرد امنیت شغلی می‌باشد. امنیت شغلی موضوعی است که به عنوان یک مانع مهم در تسهیم دانش از دید بسیاری از اعضای بیمارستان به حساب می‌آید. در صورتی که نیروی انسانی این احساس را داشته باشد که با اشتراک گذاشتن دانش خود، این امکان وجود دارد که شغل خود را از دست بدهند یا افراد زیردست به دلایل مختلف جایگزین آن‌ها شود این موضوع سبب می‌شود که نیروی انسانی از تسهیم دانش در بیمارستان جلوگیری نماید؛ اما ادراک مطلوب از وضعیت امنیت شغلی و اینکه تسهیم دانش نه تنها باعث از دست رفتن یا خطر از دست رفتن شغل نخواهد شد و فرد در سازمان به مراتب بالاتر ارتقاء یابد بنابراین فرد در پی این خواهد بود که تسهیم دانش را در بیمارستان به سرعت بهبود دهد و این موضوع در راستای بهبود و تقویت تسهیم دانش در سازمان می‌تواند نقش مهم و کاربردی داشته باشد.

موفت و همکاران در سال ۲۰۰۳ در زمینه بهبود تسهیم دانش در سازمان به موضوع حمایت درک شده از سوی مدیران اشاره نموده بود و بیان کردند که تقویت حمایت باعث بهبود تسهیم دانش در سازمان‌ها خواهد شد. خدابخش و همکاران در سال ۱۳۹۰ این موضوع که چه عواملی زمینه را برای تسهیم دانش می‌تواند مهیا نماید معیارهای فرهنگ سازمانی، حمایت سازمانی ادراک شده از سوی مدیران و امنیت شغلی بوده است که این معیارها در این پژوهش حاضر مورد استفاده قرار گرفته بود که موید هم راستا بودن پژوهش فوق؛ با این پژوهش است. پاتر در سال ۲۰۰۸ در زمینه تسهیم دانش در شبکه‌های اجتماعی به موضوع محیط برون سازمانی و فرهنگ سازمانی اشاره نموده بود که این معیار در پژوهش حاضر نیز مورد استفاده قرار گرفت بنابراین این تحقیق نیز همراستا با پژوهش حاضر است. در تحقیق ساندوها و همکاران در سال ۲۰۱۴ موضوع تسهیم دانش و عوامل موثر بر آن در سازمان‌ها مورد بررسی قرار گرفته بود که در این تحقیق، توجه به عوامل امنیت شغلی، محیط درون سازمانی، اهداف و راهبردهای سازمانی مورد بحث قرار گرفته بود که این معیارها در این پژوهش نیز به کارگرفته شده است بنابراین تحقیق نامبرده با پژوهش حاضر همراستا است.

### جنبه جدید و نوآور بودن تحقیق

در این تحقیق سعی اصلی محقق بر این بوده است که برای دستیابی به یک مدل و شناسایی عوامل موثر تسهیم دانش در شبکه‌های اجتماعی پرداخته است. این دسته از عوامل از مجموعه پژوهش‌ها به دست آمده است و محقق بنا داشته یک مدل جامع در این زمینه ارائه دهد که پیشتر سابقه استفاده از مجموعه عوامل نداشته است. از سوی دیگر این تحقیق برای نخستین بار است که در بین بیمارستان‌ها صورت گرفته است که این موضوع موید نوآوری بالای این تحقیق است

### محدودیت‌های تحقیق

#### محدودیت پرسشنامه

در این پژوهش برای سنجش متغیرهای تحقیق از پرسشنامه استفاده شده است. گرچه این پرسشنامه از نظر روایی مورد بررسی قرار گرفته است ولی در مجموع با توجه به اینکه سوالات پرسشنامه<sup>۹۸</sup> به صورت نگرش سنجی می‌باشد می‌تواند در فرآیند کمی سازی مورد تفسیر و تغییر قرار گیرد، لذا امکان کنترل تمامی این متغیرها میسر نیست و به همین جهت تحقیق با محدودیت حاصل از شرایط اجرای تحقیق همراه است. با توجه به اینکه تفسیر نتایج با در نظر گرفتن وضعیت موجود و اثر متغیرهای ناخواسته باید صورت گیرد پس در تفسیر نتایج به دلیل محدودیت‌های ذکر شده باید احتیاط لازم را به عمل آورد.

#### سایر محدودیت‌ها

#### الف: محدودیت‌های در اختیار پژوهشگر

۱: محدود کردن جامعه آماری به بیمارستان‌ها

۲: بخش آمار استنباطی و نتایج به دست آمده از این پژوهش می‌تواند در معرض تغییر به دلیل تغییر نگرش‌های مدیران شود.

#### ب: محدودیت‌های خارج از کنترل پژوهشگر

۱- وجود پرسشنامه‌هایی که با دقت کافی پر نشده بودند و به اصطلاح داده‌های گمشده داشتند که اجبار به حذف آن‌ها بود.

۲- افزایش پرسشنامه زدگی در بین مدیران که این امر زمینه‌ساز نمودن مدیران را برای مشارکت در پژوهش حاضر مشکل کرده بود.

## پیشنهادها

### پیشنهادهایی برای کاربران

#### پیشنهادات کاربردی مبتنی بر سؤال نخست

- به مدیران بیمارستان‌ها پیشنهاد داده می‌شود که ابتدای به‌آمر برای بهبود تسهیم دانش؛ الزامات و کارکردهای آن را در برنامه-ریزی های راهبردی خود به ویژه در اهداف میان مدت خود ارایه نمایند تا از این طریق زمینه لازم را برای بهبود تسهیم دانش در بیمارستان مهیا نماید.

- به مدیران بیمارستان‌ها پیشنهاد داده می‌شود، مدیران سازمانی از افرادی که در زمینه تسهیم دانش در سازمان به واسطه شبکه-های اجتماعی فعالیت می‌کنند به صورت منظم قدردانی و تشکر لازم را نمایند و همچنین در ارزیابی عملکرد نیروی انسانی این موضوع یعنی تسهیم دانش را ملاک قرار دهند.

- به مدیران بیمارستان‌ها پیشنهاد داده می‌شود به دنبال پیاده سازی جو سازمانی اخلاق محور و روابط توأم با اعتماد در سازمان باشند؛ زیرا هر چه بهتر نیروی انسانی به همکاران خود و مدیران خود اعتماد داشته باشد زمینه لازم را برای بهبود تسهیم دانش می‌تواند مهیا کرد.

#### سؤال دوم: عوامل موثر در زمینه تسهیم دانش بر نوآوری سازمانی تاثیر گذار است؟

برای بررسی این موضوع محقق از رویکرد معادلات ساختاری مبتنی بر مدل حداقل مربعات جزئی استفاده شده بود. در این پژوهش همانطور که پیشتر بیان داشتیم ۵ معیار مورد بحث قرار گرفته بود که شامل حمایت مدیران ارشد، فرهنگ سازمانی؛ راهبرد و اهداف سازمانی، محیط برون سازمانی و امنیت شغلی بوده است. نتایج به دست آمده از مدل حداقل مربعات جزئی نشان از این داشته بود که حمایت مدیران ارشد در زمینه تسهیم دانش در شبکه‌های اجتماعی بر نوآوری سازمانی تاثیرگذار است زیرا میزان آماره تی برابر با ۲,۲۱۷ بوده است که از ۱,۹۶ بالاتر است بنابراین در سطح اطمینان ۹۵ درصد این رابطه مورد تایید بوده است از سوی دیگر شدت تاثیر برابر با ۰,۲۹ بوده است که نشان از تاثیرگذاری مستقیم و مثبت حمایت مدیران ارشد در تسهیم دانش شبکه‌های اجتماعی بر نوآوری بیمارستان می‌باشد. از سوی دیگر راهبردها و اهداف سازمانی در زمینه تسهیم دانش در شبکه‌های اجتماعی نیز عاملی تاثیرگذار بر نوآوری سازمانی بوده است زیرا میزان آماره تی در این فرض برابر با ۲,۷۳ می‌باشد و همچنین شدت تاثیر برابر با ۰,۲۰۲ که نشان از تاثیرگذاری مستقیم و مثبت راهبردها و اهداف سازمانی در زمینه تسهیم دانش در شبکه‌های اجتماعی بر بهبود نوآوری بیمارستان می‌باشد. همچنین موضوع بعدی مورد بررسی محیط برون سازمانی بوده است که بر نوآوری بیمارستان تاثیرگذار است زیرا میزان آماره تی در این رابطه برابر با ۲,۲۶۵ است که این میزان نیز از ۱,۹۶ بالاتر بوده است و شدت تاثیر در این رابطه برابر با ۰,۳۰۴ که این میزان نیز موید تاثیرگذاری مستقیم و مثبت محیط برون سازمانی بر نوآوری بیمارستان بوده است. فرهنگ سازمانی نیز بر نوآوری بیمارستان تاثیرگذار بوده است زیرا  $(t=4.303 \beta=0.269)$  و در نهایت امنیت شغلی بوده است که مورد بررسی قرار گرفته بود و نتیجه به دست آمده موید این بوده است که این فرض نیز مورد تایید بوده است زیرا  $(t=2.94 \beta=0.247)$ .

همانطور که در این پژوهش بیان داشتیم توجه به فناوری اطلاعات به ویژه شبکه‌های اجتماعی در بیمارستان‌ها یک بستر مهم و عمل‌گرا در زمینه بهبود و تقویت تسهیم دانش است. شبکه‌های اجتماعی این امکان را در اختیار بیمارستان‌ها قرار می‌دهد که موانع ارتباطی به خوبی و با سرعت از میان برداشته شود و از این موضوع در زمینه بهبود و تقویت تسهیم دانش استفاده شود. در واقع تسهیم دانش این امکان را می‌دهد که نوآوری در بیمارستان تقویت شود این بدان معنی است که برای نوآوری در بخش‌های مختلف باید دانش جدید در بیمارستان ایجاد شود. در این رابطه در صورت قدرت گرفتن تسهیم دانش در کل بیمارستان می‌توان این انتظار را داشت که بیمارستان در زمینه نوآوری بیمارستان به این مهم دست یابند؛ زیرا هنگامی که دانش در بیمارستان جاری می‌شود هر نیروی انسانی بسته به سطح دانش خود می‌تواند تغییرات کاربردی به این دانش اضافه نماید که این موضوع بدون شک زمینه را برای بهبود و تقویت نوآوری بیمارستان می‌تواند مهیا نماید. تسهیم دانش یا جریان دانشی این موضوع را محقق می‌نماید که نیروی انسانی بهتر و توانمندتر در راستای انجام فعالیت‌های بیمارستان فعالیت داشته باشند، به عبارتی نوآوری زمانی تحقق پیدا می‌کند که نیروی انسانی بتواند در دانش به دست آورده خود تغییراتی ایجاد نماید، بدون شک جریان دانش موجود در سازمان که به واسطه همین شبکه‌های اجتماعی تسریع پیدا کرده می‌نماید این امکان را می‌دهد که دانش موجود در بیمارستان تغییرات عمده‌ی نماید و نوآوری در سازمان ایجاد شود.

### پیشنهادهای کاربردی مبتنی بر سؤال دوم

- به مدیران بیمارستان‌ها پیشنهاد داده می‌شود در جهت بهبود نوآوری سازمانی، سرمایه‌گذاری در بخش فناوری‌های نوین و زیرساخت‌های ارتباطی را گسترش دهند تا از این طریق موانع ارتباطی هر چه سریع‌تر در زمینه توسعه ایده‌های جدید به واسطه تسهیم دانش مهیا شود.

- به مدیران بیمارستان‌ها پیشنهاد داده می‌شود در جهت بهبود نوآوری سعی داشته باشد که با خبره‌های برون از بیمارستان به واسطه شبکه‌های اجتماعی ارتباط برقرار نمایند و با دریافت و تسهیم دانش برون از بیمارستان زمینه را برای بهبود نوآوری بیمارستان مهیا نماید.

### پیشنهادهایی برای تحقیقات آتی

در این بخش از تحقیق، محقق بنا دارد با توجه به محدودیت‌های پژوهش و خلاهای پژوهش عنوان پژوهشی را ارائه نماید:

۱۰۱

انجام پژوهش حاضر در بین سایر بیمارستان‌ها و مقایسه آن با نتایج این پژوهش استفاده از رویکرد آسیب‌شناسانه در زمینه تسهیم دانش در شبکه‌های اجتماعی در بیمارستان‌های خصوصی

شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر تسهیم دانش در شبکه‌های اجتماعی با رویکرد تصمیم‌گیری چند معیاره

ارایه یک الگوی پیاده سازی پابلوت تسهیم دانش در بیمارستان مسیح دانشوری

بررسی تاثیرگذاری استراتژی‌های مدیریت دانش بر عملکرد نوآرانه با توجه به نقش میانجی اقدامات مدیریت منابع انسانی

## منابع

۱. آدینه قهرمانی، علی، هاشم‌پور، لیلا، عطاپور، هاشم، طی ۱۳۹۰، بررسی مطالعه وضعیت زیرساخت‌های مدیریت دانش در دانشگاه تبریز از دیدگاه اعضای هیات علمی، نشریه تحقیقات کتابداری و اطلاع رسانی، س ۴۵، ش ۵۷
۲. ابراهیمی، عبدالله، ۱۳۹۲، ارائه چارچوب مدیریت دانش برای پیاده‌سازی موفقیت‌آمیز سیستم‌های برنامه‌ریزی منابع سازمانی، ششمین همایش فرا منطقه‌ای پیشرفت‌های نوین در علوم مهندسی، تنکابن، موسسه آموزش عالی آیندگان.
۳. آرمجو، هانیه؛ خوانساری، جیران، ۱۳۸۸، اجراء مدیریت دانش در شرکت توانیر و نتایج حاصل از آن، دومین کنفرانس ملی مدیریت دانش، تهران، موسسه اطلاع‌رسانی نفت، گاز و پتروشیمی.
۴. اخوان، پیمان؛ سنجقی، محمدابراهیم و اجاقی، حامد. (۱۳۹۱). بررسی روابط بین مدیریت نوآور، فرهنگ سازمانی و مدیریت دانش (مطالعه موردی در سازمان های صنعتی پژوهشی منتخب). راهبرد دفاعی، ۱۰(۳۸)، صص ۱۷۵-۱۹۹.
۵. اسماعیل لو، زهرا؛ مهاجران، بهناز، ۱۳۹۲، آشنایی با مدیریت دانش و تحلیلی بر عوامل موفقیت در پیاده‌سازی سیستم‌های مبتنی بر دانش در سازمان‌ها، اولین کنفرانس ملی حسابداری و مدیریت، شیراز، موسسه بین‌المللی آموزشی و پژوهشی خوارزمی.
۶. اصغر زاده، فرشته؛ قرائی پور، رضا، ۱۳۹۳، ابزارهای مدیریت دانش در توسعه دانش کاربردی در سازمان‌ها، اولین کنفرانس اقتصاد و مدیریت کاربردی با رویکرد ملی، بابلسر، شرکت پژوهشی طرود شمال.
۷. افتخار زاده، سید فرهاد؛ محمدی، بتول، ۱۳۹۰، ارائه مدل مناسب برای ایجاد مدیریت دانش در مؤسسات آموزشی (آموزش عالی)، دومین همایش ملی مدیریت پژوهش و فناوری، تهران، پژوهشکده سیاست‌گذاری علم، فناوری و صنعت.
۸. الهی، شعبان؛ ناظمی، مهسا؛ فلاح زاده، سید علیرضا، ۱۳۹۱، ارائه چارچوب فنی - اجتماعی سیستم‌های مدیریت دانش، دومین کنفرانس بین‌المللی و ششمین کنفرانس ملی مدیریت فناوری، تهران، انجمن مدیریت فناوری ایران.
۹. الهی، شعبان، بهاری‌فر، علی، صالحی، علی (۱۳۸۴) «طراحی ساختار نظام مستندسازی تجربیات سازمانی مدیران» نشریه چشم انداز مدیریت دولتی، ۳(۷) صص ۱۴-۲۹
۱۰. الهی قمشی، سیف اله، نوروزی، عباسعلی، ۱۳۹۰، زیرساخت‌های مدیریت دانش در دانشگاه آزاد اسلامی و دولتی قم از دید اعضای هیئت علمی، آموزش و ارزشیابی، دوره ۴، ش ۱۵
۱۱. امیدی، نبی؛ امیدی، محمدرضا، ۱۳۹۳، ارائه مدل کاربردی برای پیاده‌سازی مدیریت دانش مشتری در سازمان‌های یادگیرنده، همایش بین‌المللی مدیریت، تهران، موسسه سفیران فرهنگی مبین.
۱۲. انتظاری؛ علی (۱۳۸۵) مقایسه فرهنگ دانایی بین موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی، دانشکده صداوسیما، پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش و پژوهش سازمان مدیریت و برنامه ریزی. صص ۸۵
۱۳. انصاری، منوچهر، رحمانی، حسین، رحمانی، کمال‌الدین، پاسبانی؛ محمد (۱۳۹۲) «ارائه مدل مفهومی تاثیر موفقیت پیاده‌سازی مدیریت دانش بر کسب مزیت رقابتی در شرکت‌های کوچک و متوسط» مدیریت بازرگانی، دوره ۵، ش ۱، صص ۲۱-۴۰
۱۴. انوری رستمی، علی اصغر، شهابی، بهنام، ۱۳۸۸، مدیریت دانش و سازمان یادگیرنده، تحلیلی بر نقش مستندسازی دانش و تجربه، مدیریت فناوری اطلاعات، دوره ۱، ش ۲



۱۵. باقر نژاد، پیمان؛ داودی، سمیه، ۱۳۹۰، ارائه الگویی جهت ساخت سازمان یادگیرنده و تأثیر مدیریت دانش بر ساخت آن، نخستین کنفرانس ملی رویکرد سیستمی در ایران، شیراز، مرکز استراتژی و توسعه علوم.
۱۶. بیابگویی، آمنه، ۱۳۸۸، ارائه الگویی برای ایجاد اکوسیستم دانش و راه‌های توسعه آن به منظور اجرای مدیریت دانش در سازمان، دومین کنفرانس ملی مدیریت دانش، تهران، موسسه اطلاع‌رسانی نفت، گاز و پتروشیمی.
۱۷. بیگ زاده عباسی، فرزانه؛ اسکندری، محبوبه؛ عمرانی، لیدا، ۱۳۹۲، ارائه مدل مفهومی مدیریت دانش متناسب با سازمان‌های دولتی، دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی، قم، دانشگاه پیام نور.
۱۸. بهادری، فرد، عبدالرضا (۱۳۹۱) «رویکردی بر مدیریت دانش، راه‌کارها و موانع پیش‌رو» نشریه تدبیر، ش ۱۰۸، ص ۸-۱.
۱۹. پاپیان، ناهید، ۱۳۹۳ رسولی، رضا، طراحی مدل سازمان دانش بنیان در رسانه ملی جمهوری اسلامی ایران، تهران.
۲۰. ثریائی، علی؛ رضوی، سید محمد؛ یوسفیان قادیکلایی، پونه؛ گرجی نژاد، مهدی، ۱۳۹۲، اثرات اجرایی مدیریت دانش در سازمان‌ها (مطالعه موردی اداره جهاد کشاورزی قائم‌شهر)، دومین همایش ملی علوم مدیریت نوین، گرگان، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی حکیم جرجانی.
۲۱. حاجی کریمی، عباسعلی، بطحائی، عطیه (۱۳۸۸) «مدیریت سرمایه فکری» تهران، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ص ۱-۱۸.
۲۲. حسنعلی، آقاجانی؛ ولی نژاد، صادق؛ صفآرا، مریم، ۱۳۸۹، ارائه الگویی مفهومی از نقش مدیریت دانش در موفقیت مالکیت و ادغام سازمان‌های هزاره سوم، همایش چالش‌های مدیریت و رهبری در سازمان‌های ایرانی، اصفهان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات اصفهان.
۲۳. داودی، امیرحسین؛ اشتری، عزت؛ محمودی، فائزه، ۱۳۸۹، ارائه مدل مفهومی به منظور استقرار مدیریت دانش در سازمان‌های آموزشی، اولین همایش ملی مدیریت دانش در سازمان‌های آموزشی، محلات، دانشگاه آزاد اسلامی واحد محلات.
۲۴. دهقان، نبی‌الله و دهقان، فاطمه و فتحی، صمد. (۱۳۹۱). تبیین و آزمون راهبرد تعامل قابلیت‌های یادگیری، نوآوری و مزیت رقابتی پایدار. مطالعات مدیریت راهبردی، شماره ۹، صص. ۱۲۸-۱۵۰.
۲۵. ربیعی، علی؛ محمودی میمند، محمد؛ یعقوبی کلاته رحمان، سمیه؛ رضایی، سید جواد، ۱۳۹۳، ارائه چارچوب استقرار مکانیسم‌های مدیریت دانش در سازمان‌های رسانه‌ای مطالعه موردی، اولین کنفرانس ملی چالش‌های مدیریت فناوری اطلاعات در سازمان‌ها و صنایع، تهران، دانشگاه پیام نور.
۲۶. رضایی، کامران؛ سپهری، پیوند؛ بیات، مریم، ۱۳۸۷، ارائه مدل پیاده‌سازی مدیریت دانش در سازمان‌های ارائه‌کننده خدمات مشاوره مدیریت، پنجمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات، تهران، ندای اقتصاد بامداد (ناب).
۲۷. زاهدیان، عباس؛ آیتی، محسن، ۱۳۹۰، آموزش و بهسازی منابع انسانی در سازمان‌های آموزشی همگام با مدیریت دانش، اولین همایش ملی آموزش در ایران ۱۴۰۴، تهران، پژوهشکده سیاست‌گذاری علم، فناوری و صنعت.
۲۸. زمانعلی، فاتحی؛ شهرکی، امیر؛ اورعی، سیدحسین، ۱۳۹۲، ارائه الگوی پیاده‌سازی مدیریت دانش در سازمان‌های خدمات مالی، دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی، قم، دانشگاه پیام نور.
۲۹. شافعی، رضا، لاهو، شبنم، ۱۳۹۱، مطالعه میزان تأثیرپذیری مدیریت دانش از فرهنگ سازمانی و رابطه آن با پرورش کارکنان دانشی در سازمان‌های دولتی استان آذربایجان غربی، پژوهش‌های مدیریت در ایران، دوره ۱۶، ش ۳.
۳۰. شاکری، فاطمه؛ شاکری، منصور؛ زارع احمدآبادی، حبیب، ۱۳۸۹، ارائه الگوی سنجش منابع مؤثر بر موفقیت مدیریت دانش، همایش چالش‌های مدیریت و رهبری در سازمان‌های ایرانی، اصفهان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات اصفهان.
۳۱. صارمی نیا، صبا؛ ستار، مجید، ۱۳۹۱، ارائه مدل مفهومی مدیریت استراتژیک دانش، سومین همایش ملی مهندسی صنایع و سیستم، تهران، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب.

۳۲. صفرزاده؛ حسین؛ تدین؛ اعظم، محمدی؛ مریم (۱۳۹۱). بررسی تاثیر استراتژی مدیریت دانش بر نوآوری و عملکرد سازمانی (مطالعه موردی مراکز بهداشتی و درمانی شمال فارس) فصلنامه علمی پژوهشی دانشکده بهداشت یزد؛ س ۱۱؛ ش ۱
۳۳. طالبی، کامبیز؛ محمدی، حمیدرضا؛ رحیمی، مهدی، ۱۳۸۶، ارائه چارچوبی جهت پیاده‌سازی مدیریت دانش در کسب و کارهای کوچک و متوسط، اولین کنفرانس ملی مدیریت دانش، تهران، موسسه اطلاع‌رسانی نفت، گاز و پتروشیمی، موسسه تحقیقات و آموزش مدیریت.
۳۴. قلیچ خانی، بهروز، حکیمی‌نیا، سهیل (۱۳۹۲)، مدیریت دانش: فرآیند خلق، تسهیم و کاربرد سرمایه فکری در کسب و کارها، تهران، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت) ۵۴-۶۱
۳۵. عشرت زمانی، بی بی، حسینی، قاسم، یارمحمدزاده، پیمان، ۱۳۸۶، مطالعه زیرساخت مدیریت دانش در دانشگاه اصفهان از دید اعضای هیئت علمی، تازه های پژوهش در برنامه ریزی درسی، ش ۲
۳۶. غلامی، بهاره، ۱۳۸۹، آموزش و پرورش آرمانی در جامعه دانایی محور: مدیریت دانش، سازمان یادگیرنده، بینش علمی، اولین همایش ملی مدیریت دانش در سازمان‌های آموزشی، محلات، دانشگاه آزاد اسلامی واحد محلات
۳۷. کاظمیان، مهرانه، کاظمی کانی، بتول، ۱۳۸۹، توسعه دانش در کشورهای در حال توسعه به کمک استراتژی های مدیریت دانش، ماهنامه کار و جامعه، ش ۱۲۵
۳۸. متولیان، سید علیرضا؛ فیاض بخش، محمدعلی؛ رمضان پور خاکی، حسام، ۱۳۸۸، آسیب‌شناسی عدم بهره‌گیری از سیستم مدیریت دانش در دولت مطالعه موردی: وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، دومین کنفرانس ملی مدیریت دانش، تهران، موسسه اطلاع‌رسانی نفت، گاز و پتروشیمی.
۳۹. مصلحی، عادل؛ محقر، علی؛ بدیع، کامبیز؛ لوکس، کارو، ۱۳۸۴، ارائه چارچوبی جهت توسعه مدیریت سرمایه‌های دانسته‌ای، مدیریت دانش و سنجش سرمایه‌های دانسته‌ای، سه مفهوم پیشروی شرکت‌ها در آینده نزدیک، سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، گروه پژوهی، آراینا
۴۰. میری، مهوش؛ علم الهدی، جمیله، ۱۳۹۳، اخلاق سازمانی، اساس موفقیت سیستم‌های مدیریت دانش، سومین همایش ملی سالیانه علوم مدیریت نوین، گرگان، انجمن علمی و حرفه‌ای مدیران و حسابداران گلستان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی‌آباد کتول.
۴۱. نظافتی، نوید، سجادی، بهروز، علی بیگی، بهنام (۱۳۹۱) «تأثیر استراتژی‌های مدیریت دانش بر نوآوری و عملکرد سازمان جهاد کشاورزی استان. تهران» فصلنامه چشم‌انداز مدیریت دولتی، تهران، دوره ۶، ش ۲، ص ۸-۱
۴۲. نیکوکار، غلامحسین، سلطانی، محمدرضا، پاشایی، امیر، ۱۳۹۳، بررسی زیرساخت‌های مدیریت دانش در یکی از دانشگاه های نیروهای مسلح، نشریه مدیریت فناوری اطلاعات، دوره ۶، ش ۳
۴۳. نیلی پور طباطبایی، سید اکبر؛ سلطانی دهکردی، فروزان، ۱۳۹۳، ارائه مدل تأثیر مدیریت دانش بر تحقق توسعه پایدار منابع انسانی، کنفرانس بین‌المللی توسعه و تعالی کسب و کار، تهران، موسسه مدیران ایده پرداز پایتخت ویرا.
۴۴. نیلی پور طباطبایی، سید اکبر؛ آذری نژاد، مهرنوش، ۱۳۹۲، ارائه الگویی برای پیاده‌سازی مدیریت دانش، دومین همایش ملی علوم مدیریت نوین، گرگان، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی حکیم جرجانی.
۴۵. نوری، محمد حسین، ۱۳۹۲، ارائه الگویی جهت استقرار نظام مدیریت دانش در مراکز تحقیقاتی نظامی، کنفرانس بین‌المللی مدیریت، چالش‌ها و راهکارها، شیراز.
۴۶. هاشم پور، لیلیا، غائبی، امیر، رضایی شریف آبادی، سعید، ۱۳۹۱، بررسی زیرساخت‌های مدیریت دانش در سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران، مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی.

۴۷. یوسفی، علی، مقصودی، آیدا، شرف‌پور، ملیحه (۱۳۹۱) «بررسی تاثیر به کارگیری مکانیزم‌های مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی» دومین همایش بهبود بهره‌وری در بخش هولدینگ، ص ۳۲-۴۹

#### منابع لاتین

1. Alavi, M. and Leidner, D., (2001) Knowledge Management and Knowledge Management Systems: Conceptual Foundations and Research Issues. *MIS Quarterly*, 25(6), 95-116.
2. Alegre, J., Sengupta, K., & Lapiedra, R. (2013). Knowledge management and innovation performance in a high-tech SMEs industry. *International Small Business Journal* 31(4), 470-454
3. Anvari Rostami, A., Shahaei, B (2009). Knowledge Management and Learning Organizations, *Journal of Information Technology Management*, 1 (2): 3-18
4. Benika, H., Geib, M., Kolbe, L.M. and Brenner, W. (2014) Knowledge-enabled customer relationship management. *Journal of Knowledge Management* 7(5), 107-123.
5. Bertoni G.D. (2008) Knowledge management in organizations: Examining the interaction between technologies, techniques, and people *Journal of Knowledge Management*, 5 (1) (2008), pp. 68-75
6. Bailey, N (2010) " Edington Assessing value in organizational knowledge creation: Considerations for knowledge workers *MIS Quarterly*, 29 (2) (2010), pp. 279-309
7. Bou-Llusar, J. C., Escrig-Tena, A. B., Roca-Puig, V., & Beltrán-Martín, I. (2009). Assessment of the EFQM Excellence Model: Evaluation as a TQM framework relative to the MBNQA Model. *Journal of Operations Management*, 27(1), 22 1
8. Camisón, C. (1996). Total quality management in hospitality: an application of the EFQM model. *Tourism management*, 17(3), 201-191
9. Chen, C. J., & Huang, J. W. (2009). Strategic human resource practices and innovation performance The mediating role of knowledge management capacity. *Journal of Business Research*, 62(1), 114-104
10. Che Pa, M.P.. (2012) Improving learning management through semantic web and social networks in e-learning environments, *Expert system with applications* 38 pp 1-19
11. Choi, B (2000). Effects of knowledge management strategy on organization performance. *Omega*, 36(2): 235-251.
12. Chourides, P., Longbottom, D. & Murphy, W. (2003). Excellence in Knowledge Management: an Empirical Study to Identify Critical Factors and Performance Measures. *Measuring Business Excellence*, 7 (2): 29 - 45.
13. CIO Council (2001) Managing knowledge at work: an overview of knowledge management. Knowledge Management Working Group of the Federal Chief Information Officers Council. August Report, P. 32.
14. Darroch, J. (2005). Knowledge management, innovation and firm performance. *Journal of knowledge management*, 9(3), 115-101
15. Davenport, T. H., De Long, D. W., & Beers, M. C. (1998). Successful knowledge management projects. *Sloan management review*, 39(2), 57-43

16. Davenport, T. H. & Prusak, L. (2001). Working knowledge: how organizations manage what they know. Boston: Harvard Business School Press.
17. Denow, K; Hariss, F; Tezman; g (1991). Knowledge Sharing among Public Sector Employees: Evidence from Malaysia. International Journal of public sector Management, 24(3): 206-189.
18. Denow, K; Hariss, F; Tezman; g (1999). Knowledge Sharing among Public Sector Employees: Evidence from Malaysia. International Journal of public sector Management, 24(3): 206-189.
19. Desouza, K. C., Jayaraman, A., & Evaristo, J. R. (2003). Knowledge management in non-located environments: A look at centralized vs. distributed design approaches. In Proceedings of the 36th Annual Hawaii International Conference on System Sciences, HICSS 2003.
20. Donate, M. J., & de Pablo, J. D. S. (2015). The role of knowledge-oriented leadership in knowledge management practices and innovation. Journal of Business Research, 68(2), 370-360
21. Du Plessis, M. (2007). The role of knowledge management in innovation. Journal of knowledge management, 11(4), 29-20
22. Durst, S., & Runar Edvardsson, I. (2012). Knowledge management in SMEs: a literature review. Journal of Knowledge Management, 16(6), 903-879
23. Gebert, H., Geib, M., Kolbe, L.M. and Brenner, W. (2003) Knowledge-enabled customer relationship management. Journal of Knowledge Management 7(5), 107-123.
24. Gómez Gómez, J., Martínez Costa, M., & Martínez Lorente, Á. R. (2011). A critical evaluation of the EFQM model. International Journal of Quality & Reliability Management, 28(5), 502-484
25. Grant, R. M. (1996), "Toward a knowledge-based theory of the firm", Strategic Management Journal, pp. 109-122.
26. Hosseini Ezzabadi, J., Dehghani Saryazdi, M., & Mostafaeipour, A. (2015). Implementing Fuzzy Logic and AHP into the EFQM model for performance improvement. Applied Soft Computing, 36(C), 176 165
27. Hung, C.Y. Ming Hung, S. Pin Lin, Q. Tsai, M. L. (2005). Critical Factors in Adopting a Knowledge Management System For The Pharmaceutical Industry. Industrial Management & Data Systems, 105(2), 164-183
28. Joshi, K. D & Holsapple, C.W. (2000). An investigation of factors that influence the management of knowledge in organizations. Journal of Strategic Information Systems, 6 (9): 35 - 61.
29. Johnson, S., & Van de Van, A. H. (2013). A Framework for Entrepreneurial Strategy. Strategic entrepreneurship: Creating a new mindset, 241-273
30. Kakabadse, N. K., Kouzmin, A. & Kakabadse, A. (2001), "From tacit knowledge to knowledge management: leveraging invisible assets", Knowledge and Process Management, 8 (3), pp 137-154.
31. Kazemiyan, M., Kazemikani, B (2010). Knowledge Development in Developing Countries, Journal of Business and society, 5 (126): 19-432
32. Kebede, B (۲۰۱۰)" Knowledge management: a multi-disciplinary approach to knowledge in organisations. In: Proceedings IAKE 1992, p. 30-53. Software Engineering Press, Kensington

33. Kim, N Angella J. Kim a, Eunju Ko, (2014) Do social media marketing activities enhance Knowledge management ? An empirical SME company, Journal of management Research
34. joaqin alegre and kishore sengupta(2013)" Knowledge management and innovation performance in a high-tech SMEs industry" international journal small bussines
35. Laymo, J. B. (2014). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. Journal of Management, 17, 51-63.
36. Lee, H., & Choi, B. (2003). Knowledge management enablers, processes, and organizational performance: An integrative view and empirical examination. Journal of management information systems,20(1), 228-179
37. Lee, H. & Choi, B. (2009). Knowledge management enablers, process, and organizational Performance: an integrative view and empirical examination. Journal of Management Information Systems, 20(1):179-228.
38. Lee, Y. C., and Lee,S. K. (2007). Capabilities processes and performance of knowledge management: A structural approach. Human Factors and Ergonomics inManufacturing, 17(1): 21-41.
39. Linder, D. (2011). Towards a Research Agenda. Academy of knowledge strategy /Entrepreneurship Interface SIG January, 7(5).
40. Martensson, M. (2000). A critical review of knowledge management as a management tool. Journal of Knowledge Management, 4(3), 1-3.
41. Mario J. Donate, Jesús D. Sánchez de Pablo(2015)" The role of knowledge-oriented leadership in knowledge management practices and innovation" Journal of Business Research 68 (2015) 360–370
42. Md Zahidul Islam , Sajjid M. Jasimuddin , Ikramul Hasan , (2015) "Organizational culture, structure, technology infrastructure and knowledge sharing: Empirical evidence from MNCs based in Malaysia", VINE, Vol. 45 Iss: 1, pp.67 – 88
43. Nicole Behringer, Kai Sassenberg(2015), Introducing social media for knowledge management: Determinants of employees' intentions to adopt new tools, Computers in Human Behavior
44. Oluikpe, M,R, (2012) "Factors AffectingMarketing Knowledge Sharing (MKS): The Case of IranianFood and Auto Industries", Indian Journal of Marketing, VolXXXIX, No.12,pp.40-49
45. Oztemel, E., & Arslankaya, S. (2012). Enterprise knowledge management model: a knowledge tower. Knowledge and Information Systems, 31(1), 31-49
46. Pawlowski, N, Sandholia,S; and dalcher, L (2015). Knowledge management in the HRD office: a comparison of three cases, Journal of Workplace Learning, 12 (7): 389-405.
47. Ritella, H., Geib, M., Kolbe, L.M. and Brenner, W. (2015) Knowledge-enabled customer relationship management. Journal of Knowledge Management 7(5), 10406–10421.
48. Rubenstein-Montano, B., Liebowitz, J., Buchwalter, J., McCaw, D., Newman, B., Rebeck, K., & Team,T. K. M. M. (2001). A systems thinking framework for knowledge management. Decision support systems, 31(1), 16-5
49. Shafeei, R., Lave, S.H. (2012). The Study of affection of knowledge management from Organizational Culture. Iranian Journal of Management Studies. 16 (3): 131-151
50. Shan, S. Zhao Q, Hua, F (2013) " Impact of quality management practices on the knowledge creation process" Computers & Industrial Engineering 64 (2013) 211–223

51. Shankar, Venkatesh, Amy K. Smith, and Arvind Rangaswamy (2003), "Customer satisfaction and loyalty in online and offline environments," *International Journal of Research in Marketing*, 20(2), 153-75.
52. Stankoski, S; Baldaneza, L (2001). Knowledge management in the HRD office: a comparison of threecases, *Journal of Workplace Learning*, 12 (7): 286-179.
53. Toffler, A. (1990), *Power shift: knowledge, wealth and violence at the Edge of the 21st century*, New York: Bantam Books
54. Tzortzaki, R. (2011). Match your Innovation Strategy and Knowledge to your Innovation Ecosystem. *Harvard Business Review*, 84(4), 36.
55. Verkatraman, N. (1989). Strategic orientation if business enterprises: the construct, dimensionality and measurement, *Management Science*, 35 (8): 942 - 962.
56. Wang, C. L., & Ahmed, P. K. (2005). The knowledge value chain—A pragmatic Knowledge implementation network. *Handbook of Business Strategy*, 6(1), 321–326.
57. Weaven, S., Grace, D., Dant, R., & R. Brown, J. (2014). Value creation through knowledge management in franchising: a multi-level conceptual framework. *Journal of Services Marketing*, 28(2), 104-97
58. Wiig, K. M. (1997). Integrating intellectual capital and knowledge management. *Long rangeplanning*, 30(3), 405-399
59. Wu, W. W. (2008). Choosing knowledge management strategies by using a combined ANP and DEMATEL approach. *Expert Systems with Applications*, 35(3), 835-828
60. Yates, D., & Paquette, S. (2011). Emergency knowledge management and social media technologies: A case study of the 2010 Haitian earthquake. *International Journal of Information Management*, 31(1), 13-6
61. Yuo Wong, K. (2005). Critical success factors for implementing knowledge management in small and medium enterprises. *Industrial Management & Data Systems*, 105(3), 279-261
62. Zack, M., McKeen, J., & Singh, S. (2009). Knowledge management and organizational performance: an exploratory analysis. *Journal of knowledge management*, 13(۶), 409-392
63. Zaim, H., Taoglu, E., and Zaim, S. (2007). Performance of knowledge management practices: a causal analysis, *Journal of Knowledge Management*, 11(6): 54-67.
64. Zenip Orden, Su-Chao Chang and Ming-Shing Lee. (2014). The linkage between knowledge accumulation capability and organizational innovation, *JOURNAL OF KNOWLEDGE MANAGEMENT*, VOL. 12 NO. 1 2008, pp.