

عدالت سازمانی و تسهیم دانش

مریم شمیرانی پی

کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، گرایش منابع انسانی، دانشگاه شهید بهشتی

Email: Maryam.shemirani1402@gmail.com

چکیده

هدف این پژوهش بررسی بررسی تأثیر عدالت سازمانی بر نوآوری کارکنان با تسهیم دانش می باشد، پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش به روش علمی انجام شده است. جامعه آماری کلیه کارکنان شهرداری قلمرو مکانی تحقیق می باشد، به منظور جمع آوری داده ها پرسشنامه میان کارکنان شهرداری توزیع گردید، نتایج حاصل از تحلیل داده ها با کمک معادلات ساختاری نشان داد که عدالت تعاملی، عدالت رویه ای، عدالت توزیعی بر تسهیم دانش اثر دارد. تسهیم دانش بر رفتار نوآورانه کارکنان اثر دارد. عدالت تعاملی، رویه ای، توزیعی بر رفتار نوآورانه کارکنان اثر دارد.

واژه‌های کلیدی: عدالت تعاملی، عدالت رویه ای، عدالت توزیعی، تسهیم دانش، رفتار نوآورانه کارکنان

۱. مقدمه

نوآوری اشاره به بازتاب گرایش یک شرکت به درگیر شدن با ایده های جدید، آزمایش و فرایندهای خلاق دارد که ممکن است منتج به محصولات، خدمات یا فرآیندهای جدید شود (بصیرت و همکاران، ۱۳۹۴). امروزه نوآوری باید به عنوان الزامی برای هر شرکت به علت پایان بخش بودن رقابت در بازار، جهانی سازی و بهبود سریع تکنولوژی در نظر گرفته شود (کالکن و همکاران، ۲۰۱۴: ۷۰۰). در دنیای امروزی، توان سازگاری و اداره کردن تغییرات، عنصر اصلی موفقیت و بقای هر سازمان است و کسب این توانایی ها خود، مستلزم توجه سازمان به نوآوری افراد است. سازمان هایی موفق هستند که، خلاقیت و نوآوری، نوک پیکان حرکت آنان را تشکیل می دهد (پرهیزگار و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۲۰). نوآوری محرک توسعه اقتصادی است و نقش حیاتی در رقابت در سطوح ملی و شرکت بازی می کند (هوگان و همکاران، ۲۰۱۴: ۴۱). نوآوری عبارت است از نوسازی فعالیت های مرتبط به هم در زنجیره ای که با کشف خلاق آغاز می شود، به دنبال آن از طریق کارآفرینی توسعه می یابد و در نهایت تجاری سازی می شود (ایمانی و همکاران، ۱۳۹۴). نوآوری شامل علاقه به ایده ها، تجربیات جدید و فرایندهای خلاق است که ممکن است نتیجه آن توسعه و ایجاد محصول، خدمات جدید یا تکنولوژی های نو باشد (حسینی مقدم و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۷). هروس الیور و همکاران (۲۰۱۵) بیان می کنند که نوآوری سازمانی اشاره به استراتژی ها و شیوه های جدید مدیریتی، سازمانی و بازاریابی شرکت ها دارد. ناسوشن و همکاران (۲۰۱۱) ابعاد نوآوری سازمانی را به سه بعد نوآوری محصول (فراهم کننده ابزاری برای تولید است که به توسعه تولیدات جدید و بهبود یافته کمک می کند)؛ نوآوری فرایند (میزان که سازمان فناوری های جدید و روش های جدید انجام کار را به کار می گیرد)؛ نوآوری اداری (به میزان استفاده مدیران از سیستم های مدیریتی در اداره کردن سازمان) اشاره دارد. بنابراین نوآوری سازمانی مستلزم تبدیل ایده ها به اشکال قابل استفاده سازمانی است و این ایده برای پیشبرد عملکرد سازمانی مورد استفاده قرار می گیرد (باباشیخعلی و همکاران، ۱۳۹۳). استانداردی قزوبین بدنبال آن است که عملکرد خود را نسبت به سال های گذشته افزایش بدهد و بتواند در رضایت هر چه بیشتر ارباب رجوع کوشا باشد، هیچ تغییراتی در خدمات نسبت به سال های گذشته در این سازمان دیده نشده است و نوآوری در این سازمان کمتر دیده می شود و البته با وجود عصر فناوری اطلاعات و پویایی محیط این سازمان نتوانسته است از فناوری اطلاعات به نحو ایده آل بهره مند گردد.

رفتار نوآورانه با تعداد زیادی از ویژگی های سازمان و خروجی های آن ارتباط دارد. طی چند سال اخیر پژوهش های زیادی پیرامون این موضوع انجام شده است و یکی از دغدغه های اصلی آنها در مورد رابطه بین رفتار نوآورانه و تعهد سازمانی می باشد، در واقع مهمترین و جامع ترین عامل در افزایش رفتار نوآورانه می باشد زیرا گستره وسیعی از متغیرهای سازمانی شامل ویژگی های شغلی، فرهنگ و رهبری را پوشش می دهد.

عدالت سازمانی می تواند بر رفتارهای نوآورانه ی کارکنان تأثیرگذار باشد. از آنجا که کارکنان نقش اصلی در تعیین عوامل موفقیت در یک محیط رقابتی دارند، رفتار نوآورانه کارکنان به احتمال زیاد نتیجه ی عدالت سازمانی باشد. در این پژوهش اساس عدالت سازمانی بر پایه نظریه ی برابری ادامز (۱۹۶۵) و، نحوه تقسیم بندی عدالت توسط بایز و مواگ (۱۹۸۶) قرار دارد. هنگامی که به صورت منصفانه تری با کارکنان رفتار شود، آنها در مقابل تمایل کمتری به بروز رفتارهای مخرب و منحرف برضد سازمان و مدیران خواهند داشت (دایلی و همکاران، ۱۹۹۲).

۲. ادبیات پژوهش

۱.۲. نوآوری

مفهوم نوآوری اشاره به اجرای موفقیت آمیز و مفید ایده های خلاق در درون شرکت دارد (ریزلا، ۲۰۱۴: ۲۰). نوآوری لزوماً به معنای به کارگیری جدیدترین فناوری ها نیست، بلکه بیشتر تمرکز بر شیوه های تفکر و یافتن راه حل های خلاقانه در درون

¹ Hyugan et al.

² Racela

شرکت است تا پرداختن به موضوع فناوری (ایمانی و همکاران، ۱۳۹۴). نوآوری اشاره به بازتاب گرایش یک شرکت به درگیر شدن با ایده های جدید، آزمایش و فرایندهای خلاق دارد که ممکن است منتج به محصولات، خدمات یا فرآیندهای جدید شود (بصیرت و همکاران، ۱۳۹۴). امروزه نوآوری باید به عنوان الزامی برای هر شرکت به علت پایان بخش بودن رقابت در بازار، جهانی سازی و بهبود سریع تکنولوژی در نظر گرفته شود (کالکن و همکاران، ۲۰۱۴: ۷۰۰). در دنیای امروزی، توان سازگاری و اداره کردن تغییرات، عنصر اصلی موفقیت و بقای هر سازمان است و کسب این توانایی ها خود، مستلزم توجه سازمان به نوآوری افراد است. سازمان هایی موفق هستند که، خلاقیت و نوآوری، نوک پیکان حرکت آنان را تشکیل می دهد (پرهیزگار و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۲۰). نوآوری محرک توسعه اقتصادی است و نقش حیاتی در رقابت در سطوح ملی و شرکت بازی می کند (هوگان و همکاران، ۲۰۱۴: ۴۱). نوآوری عبارت است از نوسازی فعالیت های مرتبط به هم در زنجیره ای که با کشف خلاق آغاز می شود، به دنبال آن از طریق کارآفرینی توسعه می یابد و در نهایت تجاری سازی می شود (ایمانی و همکاران، ۱۳۹۴). نوآوری شامل علاقه به ایده ها، تجربیات جدید و فرایندهای خلاق است که ممکن است نتیجه آن توسعه و ایجاد محصول، خدمات جدید یا تکنولوژی های نو باشد (حسینی مقدم و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۷). نوآوری به عنوان اجرای ایده های جدید که ایجاد ارزش می کنند، تعریف شده است (کالکن و همکاران، ۲۰۱۴: ۷۰۱). نوآوری سازمانی اشاره به شیوه های مدیریت جدید، سازمان جدید، بازاریابی جدید و استراتژی های جدید شرکت ها دارد. نوآوری سازمانی را به عنوان، اجرای یک روش جدید سازمانی در شیوه های تجاری شرکت، سازمان محل کار یا روابط خارجی شرح می دهد (هروس الیور و همکاران، ۲۰۱۵: ۱۱۲). نوآوری سازمانی مستلزم تبدیل ایده ها به اشکال قابل استفاده سازمانی است و این ایده برای پیشبرد عملکرد سازمانی مورد استفاده قرار می گیرد (باباشیخعلی و همکاران، ۱۳۹۳: ۶۲۰). نوآوری سازمانی را می توان فرایندی دانست که اختراعات با استفاده از آن به محصولات، فرایندها، خدمات یا تغییرات سازمانی دارای ارزش افزوده یا قابل عرضه در بازار تبدیل می شوند (اصفهان و همکاران، ۱۳۹۲: ۴۰). نوآوری، بیان کننده خلاقیت و آزمایش از طریق معرفی محصولات، خدمات جدید و همینطور رهبری تکنولوژی بواسطه تحقیق و توسعه در فرایندهای جدید است (سویین، ۲۰۱۲). بعد نوآوری شامل جستجو برای راه حل های بدیع، غیرمعمول و یا خلاقانه برای چالش های پیش روی یک شرکت است. از دیدگاه کوئین و میلز، نوآوری بدون کارآفرینی وجود نخواهد داشت. آن ها استدلال میکنند که تمایل به نوآوری، بعدی است که به بهترین وجه کسب و کار کارآفرین را تعریف می کند. این مفهوم منعکس کننده گرایش اساسی به جدا شدن از وضع کنونی و پذیرفتن ایده های جدید است.

۱.۱.۲- انواع نوآوری

انواع متفاوت نوآوری توسط نویسندگان مختلفی بحث شده است (موداها، ۲۰۱۸). این مطالعات در سه حوزه نوآوری در خروجی ها، ورودی ها و فرآیند قرار می گیرند. مثلاً شومپیتز (۱۹۴۳) دامنه نوآوری ها را محصولات یا خدمات جدید، توسعه متدهای جدید تولید، شناسایی بازارها، کشف منابع جدید عرضه و توسعه شکل های جدید سازمانی قرار می دهد. میلر و فریستون (۱۹۸۳) به ۴ بعد محصول یا خدمت، متدهای تولید یا خدمت، ریسک پذیری در برنامه های اجرایی و جستجوی راه حل های نو و غیرمعمول اشاره می کند. کاپن و همکاران (۱۹۲۲) سه بعد نوآوری سازمانی را نوآور بودن در بازار، استراتژی ها، مهارت های تکنولوژیکی تعریف می کنند. اما به طور کلی نوآوری در سه شکل محصولات، فرایندها یا سیستم های کسب و کار جدید مدنظر نویسندگان بیشتری قرار گرفته است. بدین ترتیب نوآور بودن نیز تمایل و توانایی سازمان برای اقتباس یا توسعه نوآوری در شکل محصول، خدمت، فرایند و یا سیستم کسب و کار تعریف می شود (کرسپل و همکاران، ۲۰۱۰).

³ Hyugan et al.,

⁴ Kalkan et al.,

⁵ Hervas-oliver et al.,

⁶ Muddaha

متناسب با کاربردها و سطوح مورد بررسی، نوآوری به انواع مختلف نیز تفکیک شده است. معمولاً محققان بر این باورند که مفهوم فرایند نوآوری را درک کرده‌اند، اما حقیقتاً بسیاری از تحقیقات انجام گرفته در حوزه های مختلف مرتبط با نوآوری، تعاریف و طبقه‌بندی متفاوتی از نوآوری را ارائه داده‌اند.

همان‌گونه که در جدول ۱-۲، نشان داده شده است محققان و دانشمندان متعددی به مطالعه نوآوری و تبیین گونه‌ها و انواع آن پرداخته‌اند. هریک از این افراد از زاویه دید و زمینه مطالعه‌ی خود این دسته‌بندی را عنوان نموده است.

جدول ۱، انواع نوآوری

ردیف	نام محقق	سال	انواع نوآوری
۱	کانگ و زاسکویچ	۱۹۹۸	نوآوری محصول، فرایند
۲	ماواندو، چیمهانزی	۲۰۰۵	محصول، فرایند، اداری
۳	ورواردنا، اکاس، جویان	۲۰۰۶	محصول، فرایند، مدیریتی، بازار
۴	جیمنز، سانزواله، اسپیلاردو	۲۰۰۸	محصول، فرایند، خدمات
۵	لیائو، چی فن، تانگ لیو	۲۰۰۸	محصول، فرایند، اداری
۶	الگره، چپوا	۲۰۰۸	محصول
۷	الن، بلامیست، پلامالاتین	۲۰۰۸	بازار، فرایند، بازار و نوآوری سازمانی
۸	واریس، لیتن	۲۰۱۰	محصول، فرایند، بازار و نوآوری سازمانی
۹	اوان، کلیستا، وزائی	۲۰۱۰	محصول، فرایند
۱۰	لیائو، چوان وو	۲۰۱۰	رفتار، محصول، فرایند، بازار، راهبردی
۱۱	جیمنز، سانزواله	۲۰۱۰	محصول، فرایند، خدمات
۱۲	اسکارلاواچ، سانگ، مصطفی	۲۰۱۰	محصول، فرایند
۱۳	پی لی، زان هو، یوشه سی	۲۰۱۰	اکتشافی، استثماری
۱۴	ان هو	۲۰۱۱	فناوری (محصول، فرایند، خدمات)، بازار (قیمت، ترفیع، مکان)، اداری (راهبرد، ساختار، سیستم ها و فرهنگ نوآوری)
۱۵	قلی پور، جندقی، میرزائی، ارباتان	۲۰۱۱	محصول، فرایند، رفتار، راهبردی
۱۶	ژوهانسن، السن	۲۰۱۱	معماری، بنیادی، افزایشی، پیمانی

در بیشتر این طبقه‌بندی‌ها نوآوری در محصول، فرایند، خدماتی و اداری و نوآوری‌های زیرمجموعه نوآوری پارادایم به چشم می‌خورد. در برخی دیدگاه‌ها این انواع نوآوری سوار بر بعد دیگری به نام زمان شده و از نظر تدریجی بودن و آنی بودن نیز دسته‌بندی می‌شوند. اما می‌توان عنوان کرد که جدیدترین شیوه نوآوری که به حکومت نوآوری معروف است در سالهای اخیر و توسط جین فیلیپ مطرح گردیده است. این شیوه از نوآوری که بیشتر به راهکار شبیه است عنوان می‌کند نوآوری در تمامی بخش‌های سازمان و شرکت باید جاری و ساری باشد و نباید تنها مختص به محصول، فرایند، خدمات و ... باشد. که این امر

مستلزم دقت، توجه و تمرکز بالایی است چرا که برخی سازمان‌ها با زیاده‌روی در این زمینه دچار سردرگمی، عدم پذیرش از سوی کارکنان و ... می‌شوند (عباسی، ۱۳۹۳).

فرایند نوآوری به صورت نوآوری رادیکالی یا افزایشی، نوآوری‌های تقلیدی یا کاملاً جدید، بهبودی یا انقلابی، تکنولوژیک یا سازمانی و بسیار انواع دیگر تعریف شده است. به‌طور کلی دو فاکتور مهم در تعیین نوع نوآوری وجود دارد:

درجه جدید بودن نوآوری

جدید بودن در محصول، خدمت، فرایند و یا غیر از این موارد

بر اساس فاکتور اول یعنی جدید بودن، نوآوری‌ها به طبقات متفاوتی دسته‌بندی شده‌اند که مهم‌ترین طبقه‌بندی، جدید بودن نوآوری را به دو دسته نوآوری‌های افزایشی و رادیکالی تقسیم می‌کند (درویش و همکاران، ۱۳۹۶).

نوآوری رادیکالی

منظور از نوآوری رادیکالی، تغییرات جدید در محصول، فرایند و یا ساختارهای سازمانی است. البته در مورد اینکه منظور از تغییرات اساسی و بنیادی چیست، باز در بین محققان اختلاف نظر وجود دارد، اما معمولاً هر تغییری که توسط آن دانش جدیدی خلق شده و یا از دانش‌های موجود در تکنولوژی‌های جدید بهره گرفته شود، جزء نوآوری‌های رادیکالی است. البته با توجه به سطحی که نوآوری در آن بررسی می‌شود (سطح شرکت، منطقه‌ای، ملی و یا جهانی)، درجه رادیکال بودن نیز تغییر می‌کند. به عنوان مثال استفاده از لیزر در تجهیزات پزشکی اولین بار یک نوآوری رادیکالی در سطح جهانی بود که توانست به کمک دانش موجود، تکنولوژی جدید را رواج دهد. اما تولید کالای جدید مثل دوچرخه در یک کارخانه کبریت‌سازی نوآوری رادیکالی در سطح شرکت محسوب می‌شود (هرمان و همکاران، ۲۰۰۶).

نوآوری افزایشی

نوآوری افزایشی معمولاً به عنوان تغییرات اساسی در کالا یا ساختارهای موجود تعریف شده است. این مفهوم با بهبود مستمر نیز ارتباط تنگاتنگی دارد. به عبارتی تغییرات در وضعیت موجود که منجر به کاربرد جدیدی شود را نوآوری افزایشی گویند. به گفته‌ای نوآوری اگر بر اساس کوشش بازار ایجاد شده باشد، معمولاً از نوع افزایشی و اگر بر اثر فشار تکنولوژیک باشد از نوع رادیکالی است. نکته مهمی که باید به آن توجه کرد، دیدگاه غلطی است که باعث شکست بسیاری از استراتژی‌های نوآوری شده است و آن اینکه نوآوری را تنها در قالب رادیکالی نوآوری بدانیم و به نوآوری افزایشی توجهی نکنیم. در حالی که بسیاری از نوآوری‌های بازار، ناشی از فعالیت‌های افزایشی نوآورانه است. در طبقه‌بندی دیگری که بسیار مورد توجه واقع شده است، نوآوری به صورت زیر طبقه‌بندی شده است:

۱- نوآوری تکنولوژیک ۲- نوآوری سازمانی

تفکیک فوق بیشتر مبتنی بر ۵ گروه نوآوری است که شوچیتی معرفی کرده است. بر این اساس گروه اول را جزء نوآوری تکنولوژیک و ۳ گروه آخر را نوآوری سازمانی نام نهاده‌اند. به عبارتی خلق محصولات، خدمات و یا فرایندهای جدید و یا توسعه محصولات، خدمات و فرایندهای موجود را نوآوری تکنولوژیک می‌گویند و هر نوآوری غیر از آن را نوآوری سازمانی نام نهاده‌اند (نیری و همکاران، ۱۳۹۷).

هانگ و همکارانش نوآوری سازمانی را متشکل از سه بعد می‌دانند که عبارت‌اند از: نوآوری محصول: به معنی ارتقای ترکیب محصولات و خدمات ارائه شده است. نوآوری فرایندی: به معنی بهبود ترکیب و کارایی عملیات‌های داخلی است. نوآوری کلی سازمان: که شامل بهبود مزیت رقابتی، سوددهی شرکت، کاهش هزینه‌ها، بهبود بهره‌وری کارکنان و بهبود گردش دارایی سازمان می‌شود.

در این پژوهش، نوآوری‌ها شامل نوآوری فرایندی و نوآوری محصولی می‌باشد. نوآوری‌های محصول شامل محصول بهتر یا جدیدتر است که تولید و فروخته می‌شوند. این سؤال مطرح است که چه چیزی تولید می‌شود؟ نوآوری محصول شامل کالاهایی

⁷ Herrmann

با مواد اولیه جدید و نیز خدمات غیرقابل لمس جدید است. نوآوری فرایند عبارتست از روش‌های جدید تولید کالاها و خدمات. موضوع این است که محصولات موجود چگونه تولید می‌شوند. نوآوری‌های فرایند ممکن است از نوع فناوری یا سازمانی باشند. در این نوع طبقه‌بندی علمی تنها نوآوری‌های محصول تکنولوژیکی و کالاها موضوع اصلی هستند. طبقه بندی دیگری وجود دارد که غیرتکنولوژیکی و ناملموس است که این طبقه بندی علمی در نمودار زیر نشان داده شده است (پورجعفری و همکاران، ۱۳۹۰).

نوآوری فرایند

نوآور بودن در فرایند اغلب بطور صریح در ادبیات از آن بحث نشده است. در بسیاری از مطالعات این نوع نوآوری را زیر مجموعه نوآوری تکنولوژیکی به حساب آورده‌اند. به‌طور کلی نوآوری در فرایند به توانایی سازمان جهت بهره‌برداری از منابع و قابلیت‌هایش، ترکیب مجدد و دوباره شکل دادن آن‌ها جهت پاسخ به نیازمندی‌های تولید اشاره دارد (شاگری و همکاران، ۱۳۹۰).

نوآوری فرایند عبارت است از حالتی که تغییرات اساسی در تکنولوژی تولید محصول رخ می‌دهد و می‌تواند در قالب تجهیزات جدید یا روش‌های سازمانی و مدیریتی جدید یا هر دو آن‌ها باشد. نوآوری فرایند و محصول کاملاً به یکدیگر وابسته‌اند. هر چه نرخ نوآوری محصول کاهش می‌یابد، بر نرخ نوآوری فرایند افزوده می‌شود. از منظر فرایندی، نوآوری به معنی مجموعه عملیاتی است که از پردازش ایده شروع شده و سرانجام به تولید و عرضه محصول یا خدمت جدید به بازار منتهی می‌شود. اما نوآوری تنها به محصول یا خدمت منجر نمی‌شود بلکه شامل تغییر در فرایندهای سازمانی نیز می‌گردد (مورل و همکاران، ۲۰۰۴).

نوآوری محصول

نوآوری محصول هم به تغییرات در محصول موجود سازمان و هم به محصولات جدیدی که سازمان تولید می‌کند اطلاق می‌شود در حالی که نوآوری فرایند به تغییرات در فرایندها یا فناوری‌هایی که سازمان برای تولید محصولات و خدمات استفاده می‌کند اشاره دارد (بارکما، ۲۰۰۲).

۲.۲. تسهیم دانش

در تعریفی عام، تسهیم دانش یعنی به تسهیم گذاری اطلاعات مرتبط سازمانی، عقاید و اندیشه‌ها، پیشنهادها و تجربه‌های کارکنان سازمان با یکدیگر (ابیشک، ۲۰۰۴).

داونپورت (۱۹۹۷) معتقد است تسهیم دانش در میان کارکنان به معنای دسترس پذیر کردن دانش برای دیگران در سازمان است. این امر، فرایندی است که از آن طریق دانش یک فرد به شکلی که قابل فهم و استفاده برای دیگران است تبدیل می‌شود. داونپورت به این نکته نیز اشاره می‌کند که تسهیم دانش یک عمل داوطلبانه است و در واقع متمایز از گزارش دادن روند کاری براساس امور و خط مشی‌های رایج سازمان است. تسهیم دانش در برگیرنده عملی آگاهانه توسط فرد است که در فعالیت‌های مرتبط با تبادل دانش شرکت می‌کند و هیچ‌گونه اجباری برای انجام دادن آن نیست. لی در سال ۲۰۰۱ معتقد است که تسهیم دانش فعالیت‌های مرتبط با توزیع و انتقال دانش از یک فرد، گروه یا سازمان به دیگری را شامل می‌شود. در این تعریف‌ها به تبادل دو جانبه دانش عینی و ذهنی اشاره‌ای نشده است، در حالیکه دیگر محققان به گونه‌ای آشکارتر به این نکته توجه کرده‌اند. ون دون هوف و همکاران، ۲۰۰۴ معتقدند در فرایند تسهیم دانش افراد به تبادل دانش خویش با یکدیگر پرداخته و دانش جدیدی تولید می‌کنند. این فرایند شامل دو مرحله ارائه دانش و دریافت دانش است. آرچوپلی و همکاران (۲۰۰۳) نیز به این نکته اشاره کردند که تسهیم دانش شامل فراهم آوری دانش جدید و تقاضا برای دانش جدید است.

⁸ Morel

⁹ Berekma

¹ Abhishek

ویژگی تعاملی بودن تسهیم دانش و فرایند دوسویه بودن آن مورد تأکید یو(۲۰۰۴) نیز قرار گرفته است. وی نیز بیان می کند که در طی این فرایند از یک سو فراهم کننده دانش، دانش را کدبندی و آن را به صورت نوشتاری یا گفتاری بیان کرده و در اختیار دیگران قرار می دهد و از سوی دیگر بازخوردی که از دیگران دریافت می کند منجر به فهم بهتر و بیشتر وی در رابطه با آن دانش خواهد شد. در واقع این تبادل دو جانبه فرصت تفکر عمیق تر چون ارزیابی و تحلیل برای آن دانش فراهم می شود(کینگ، ۲۰۰۱).

ون دن هوف و همکاران در سال ۲۰۰۴ معتقدند در فرایند تسهیم دانش افراد را به تبادل دانش خویش با یکدیگر پرداخته و دانش جدیدی تولید می کنند. این فرایند شامل دو مرحله ارائه دانش و دریافت دانش است. آرچولبی و همکاران(۲۰۰۳) نیز به این نکته اشاره کردند که تسهیم دانش شامل فراهم آوری دانش جدید و تقاضا برای دانش جدید است. ویژگی تعاملی بودن تسهیم دانش و فرایند دوسویه بودن آن مورد تأکید یو(۲۰۰۴) نیز قرار گرفته است. وی بیان می کند که در طی این فرایند از یک سو فراهم کننده دانش، دانش را کدبندی و آن را به صورت نوشتاری یا گفتاری بیان کرده و در اختیار دیگران قرار می دهد و از سوی دیگر بازخوردی که از دیگران دریافت می کند منجر به فهم بهتر و بیشتر وی در رابطه با آن دانش خواهد شد. در واقع در این تبادل دو جانبه فرصت تفکر عمیق تر چون ارزیابی و تحلیل برای آن دانش فراهم می شود(کینگ، ۲۰۰۱).

۳.۲ عدالت سازمانی

ادبیات سازمانی توجه قابل توجهی به پدیده های عدالت سازمانی نشان می دهد. این پیشنهاد می دهد که در ایجاد فرهنگ سازمانی، عدالت سازمانی نقش مهمی در شکل گیری رفتار اعضای سازمان دارد(اکرم و همکاران، ۲۰۲۱). عدالت سازمانی در ۴۰ سال اخیر توسعه یافته است که شامل تئوریهای توزیعی، رویهای و تعاملی است. از این تئوریها، پژوهشگران یک مدل چهار عاملی از عدالت سازمانی را پذیرفته اند. که عدالت توزیعی، عدالت رویهای و دو دسته عدالت تعاملی بویژه عدالت اطلاعاتی و بین فردی را در بر میگیرد. بررسی نظری عدالت سازمانی نشان میدهد که سه شکل عدالت سازمانی با انواع نگرشهای کاری و رفتارهای مرتبط هستند علاوه بر این سه نوع عدالت با هم در تعامل هستند. یکی از تفسیرهای برجسته برای این تعامل فلاگرز می باشد که شامل مفاهیم مختلفی برای هر سه شکل تئوری است. این تئوری پیشنهاد میکند که تعامل منفی برای یک تصمیم زمانی رخ میدهد که دو وضعیت با هم برخورد میکنند. یکی اینکه نتایج مرتبط با تصمیم بطور قابل ملاحظه ای کمتر از نتایج قابل تصور باشد و دیگر اینکه روشهای بالا بردن نتایج غیر منصفانه باشد(سید جوادین و همکاران، ۱۳۸۹).

بر اساس نتایج تحقیقات، فرآیندهای عدالت نقش مهمی را در سازمان ایفا میکنند. رفتار عادلانه از سوی سازمان با کارکنان عموماً منجر به تعهد بالاتر آنها نسبت به سازمان و رفتار شهروندی فرانقش آنها میشود. از سوی دیگر افرادی که احساس بیعدالتی کنند، به احتمال بیشتری سازمان را رها میکنند یا سطوح پایینی از تعهد سازمانی را از خود نشان میدهند و حتی ممکن است شروع به رفتارهای ناهنجار مثل انتقام جویی کنند. بنابراین درک اینکه چگونه افراد در مورد عدالت در سازمان شان قضاوت میکنند و چطور آنها به عدالت یا بی عدالتی درک شده پاسخ میدهند، از مباحث اساسی خصوصاً برای درک رفتار سازمانی است. یک سازمان معتدل باید بر سلسله مراتب عدالت استوار باشد تا هماهنگی، تقسیم کار و زنجیره فرماندهی و نمودار آن زیباترین باشد، همانطور که در حال تعادل میتوان حرکت یا پرواز کرد یک سازمان معتدل هم، همه را به اوج میرساند(حسین زاده و همکاران، ۱۳۹۰).

کارهای جدید در این حوزه نشان میدهد که کارکنان حداقل، دو منبع اجرای عدالت در سازمان یا نقض آن مواجه هستند واضحترین این منابع سرپرست یا مدیر مستقیم فرد است او میتواند بر پیامدهای مهمی از قبیل افزایش پرداختها یا فرصتهای

¹ King et al., 1

¹ Ardichvili 2

¹ akram 3

ترفع زیر دست اثر بگذارد. منبع دومی که کارکنان ممکن است این عدالت یا بیعدالتی را به آن منصوب کنند. خود سازمان بعنوان یک کل است اگرچه این منبع نامحسوستر است، ولی توجه به آن نیز مهم است. از سوی دیگر رعایت عدالت یکی از مهمترین عوامل موثر بر بقای سازمان و حفظ سلامت آن در بلندمدت است (چن و همکاران، ۲۰۱۷). از این رو، مفهوم عدالت در سیر نظریه های سازمان مورد توجه ویژه ای قرار گرفته است. بویژه هنگامی که نیل به ثبات پویا در شمار اهداف مدیران قرار می گیرد، رعایت عدالت یکی از الزامات اساسی رفتار سازمانی می باشد. زیرا عدالت موجب افزایش احساس تعلق خاطر، وفاداری و اعتماد افراد به سازمان شده، بر سرمایه انسانی و اجتماعی سازمان می افزاید (پودینه و همکاران، ۱۳۹۶).

هنگامی که گفته شود سیاست مربوط به توزیع مزایا و کاستی های درون سازمانی است. دامنه تعریف بدان حد گسترده است که شامل رفتارهای مختلف مانند: عدم ارائه اطلاعات اساسی به تصمیم گیرندگان، شایعه پراکنی، نشت اطلاعات محرمانه درباره فعالیت های سازمانی و افتادن آن به دست رسانه های گروه، یا داد و ستدهای درون سازمانی که به نفع طرفین صورت گیرد، به نفع یا علیه شخصی خاص رأی دادن یا میانجی گری کردن می شود. بنابراین همانطور که ملاحظه می شود درک افراد از عدالت سازمانی می تواند بر رفتار سیاسی و در نتیجه توانایی ارتباط برقرار کردن آن ها با دیگران تأثیر بگذارد (رحیم نیا و همکاران، ۱۳۹۶).

عدالت سازمانی به درک و احساس مردم از عدالت در سازمان ها اشاره دارد. مورمن در سال ۱۹۹۱ مطرح می کند که عدالت سازمانی متغیری است که به توصیف عدالت که به طور مستقیم با موقعیت های شغلی ارتباط دارد به کار می رود. علی الخصوص در عدالت سازمانی مطرح می شود که باید به چه شیوه هایی با کارکنان رفتار شود تا احساس کنند که به صورت عادلانه با آن ها رفتار شده است (پودینه و همکاران، ۱۳۹۶).

۳. فرضیات تحقیق

فرضیه اصلی

عدالت سازمانی با در نظر گرفتن نقش میانجی تسهم دانش بر رفتار نوآورانه کارکنان تأثیر دارد.
فرضیه های فرعی:

- H1: عدالت سازمانی بر تسهم دانش اثر دارد.
- H1a: عدالت تعاملی بر تسهم دانش اثر دارد.
- H1b: عدالت رویه ای بر تسهم دانش اثر دارد.
- H1c: عدالت توزیعی بر تسهم دانش اثر دارد.
- H2: تسهم دانش بر رفتار نوآورانه کارکنان اثر دارد.
- H3: عدالت سازمانی بر رفتار نوآورانه کارکنان اثر دارد.
- H3a: عدالت تعاملی بر رفتار نوآورانه کارکنان اثر دارد.
- H3b: عدالت رویه ای بر رفتار نوآورانه کارکنان اثر دارد.
- H3c: عدالت توزیعی بر رفتار نوآورانه کارکنان اثر دارد.

۴. روش تحقیق

روش تحقیق مجموعه ای قواعد، ابزار و راه های معتبر قابل اطمینان و نظام یافته برای بررسی واقعیت ها، کشف مجهولات و دستیابی به راه حل مشکلات است (خاکی، ۱۳۸۶).

روش انجام تحقیق حاضر بر مبنای هدف تحقیق از نوع کاربردی می باشد، از لحاظ ماهیت و روش در زمره تحقیقات علی قرار می گیرد، زیرا به کشف علت یا عوامل بروز یک رویداد در شهرداری می پردازد. در این راستا از تکنیک آماری معادلات ساختاری که اساسا به بررسی رابطه علی بین متغیرها می می پردازد، استفاده شده است.

در پژوهش حاضر جامعه آماری، کارکنان شهرداری می باشند. در این پژوهش و برای انتخاب نمونه از روش نمونه گیری تصادفی ساده استفاده شده است. بدین ترتیب که تعداد ۱۸۶ پرسشنامه در بین کارکنان شهرداری توزیع شد و برای تجزیه و تحلیل نهایی مورد استفاده قرار گرفت.

در این پژوهش داده ها به روش میدانی جمع آوری شده است. در روش میدانی، پرسشنامه یکی از متداول ترین طرق جمع آوری اطلاعات است. جهت جمع آوری اطلاعات و دستیابی به اهداف، از پرسشنامه استفاده شده است که توسط مدیران و کارکنان شهرداری تکمیل گردید. در این تحقیق از ابزار اندازه گیری پرسشنامه برای جمع آوری داده ها استفاده شده است که به این منظور از پرسشنامه استاندارد شده در تحقیقات یو و همکاران (۲۰۱۸) استفاده شده است.

۵. تجزیه و تحلیل داده ها

به منظور تحلیل داده ها و آزمون فرضیه های تحقیق از روش مدل یابی معادلات ساختاری استفاده شده است. مدل یابی معادلات ساختاری یک تکنیک چند متغیری و نیرومند از خانواده رگرسیون چندمتغیری و به بیان دقیق تر بسط مدل خطی کلی است که به پژوهشگر امکان می دهد مجموعه ای از معادلات رگرسیون را به گونه ای همزمان مورد آزمون قرار دهد. مدل یابی معادلات ساختاری یک رویکرد آماری جامع برای آزمون فرضیه هایی درباره روابط بین متغیرهای مشاهده شده و مکنون است، که به عنوان تحلیل ساختاری کوواریانس، مدل یابی علی و همچنین لیزرل نامیده شده است. اما اصطلاح غالب معادله ساختاری یا به طور خلاصه *SEM* می باشد. در این تحقیق برای بررسی روابط بین اجزاء مدل از مدل یابی معادلات ساختاری استفاده شده است. در این مدل فرض بر آن است که در میان مجموع هایی از متغیرهای مکنون، یک ساختار علی وجود دارد و متغیرهای مشاهده شده نشانگر آن هاست. بدین ترتیب این مدل شامل دو بخش (۱): مدل اندازه گیری و (۲) مدل معادلات ساختاری است. مدل اندازه گیری مشخص می کند که متغیرهای مکنون یا سازه های فرضی چگونه با متغیرهای مشاهده پذیر مرتبط اند و یا از طریق آن ها سنجیده می شوند. به بیان دیگر، ویژگی های اندازه گیری (یعنی ضرایب اعتبار و روایی) متغیرهای مشاهده شده چگونه از سوی متغیرهای مکنون توصیف می شود. اما مدل معادلات ساختاری، روابط علی میان متغیرهای مکنون، آثار علی و میزان واریانس تبیین شده و تبیین نشده را مشخص می سازد. مدل پژوهش حاضر، مدلی ساختاری است که شامل تعدادی متغیر مکنون و روابط علی میان آن ها است. هر یک از این متغیرهای مکنون از طریق گویه هایی که از طریق ممیزی و پرسش از مشتریان اندازه گیری می شوند، توصیف می شوند (غفاری آشتیانی و همکاران، ۱۳۹۱).

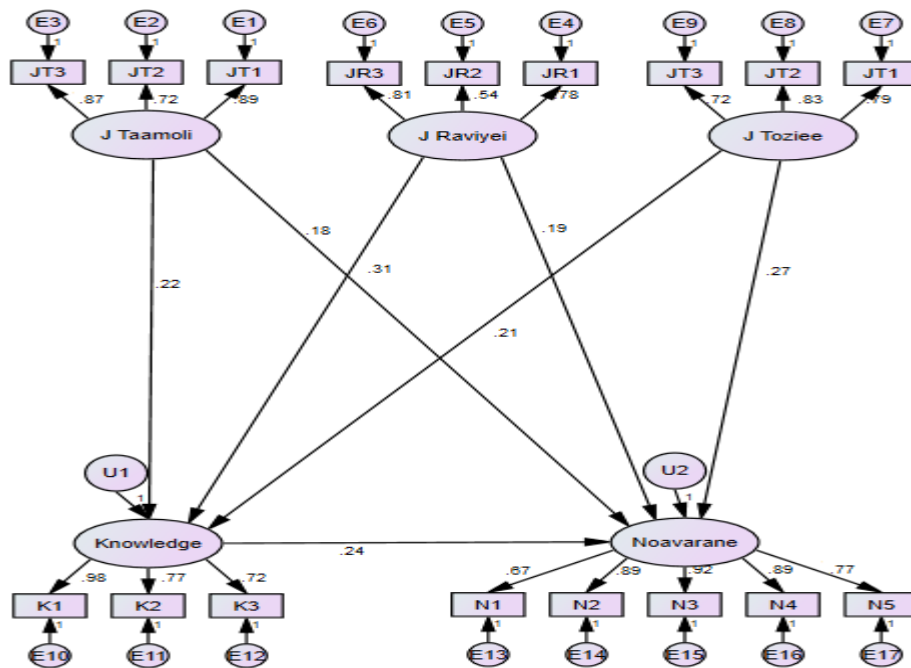
در متدولوژی معادلات ساختاری دو دسته ضرایب بین متغیرهای مکنون برآورد می شود:

اول: گاما که معرف ضرایب مسیر بین یک متغیر مکنون برون زا و یک متغیر مکنون درون زا است.

دوم: بتا که معرف مسیر بین یک متغیر مکنون درون زا و یک متغیر درون زای دیگر است.

۱.۵. نمودار ضرایب مسیر

این نمودار، ارتباط کلی بین متغیرهای مکنون و غیر مکنون را با یکدیگر در یک مدل نشان می دهد، در شکل (۱) ضرایب مسیر تحقیق موجود، نشان داده شده است. اعداد روی فلش ها، نشان دهنده ضرایب مسیر مربوطه بین متغیرها می باشد که با استفاده از نرم افزار ایموس به دست آمده است. دایره ها، نشانگر متغیرها و مربع نشان دهنده سئوالات مربوط به این متغیرها می باشند.



شکل ۱: نمودار ضرایب مسیر

۲.۵. آزمون های نیکویی برازش

وقتی یک مدل از پشتوانه نظری مناسبی برخوردار باشد در مرحله بعد نوبت به آن می رسد که تناسب این مدل با داده هایی که محقق جمع آوری کرده است بررسی گردد از این رو برخی از آزمون های نیکویی برازش در این جا برای داده های این تحقیق و مدل استفاده شده انجام می پذیرد تا این تناسب بررسی گردد.

جدول ۲: مقدار شاخص های برازش و نتیجه برازش مدل ساختاری

مدل	برازنده است اگر	اختصار	نام شاخص	
۰/۰۷۴	کوچکتر از ۰/۰۸ باشد	RMSEA	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	تنباهای معنی داری
۲/۲۲	مساوی و کوچکتر از ۳ باشد	$\frac{\chi^2}{d_f}$	کای اسکوربه درجه آزادی	
۰/۸۸	بزرگتر از ۰/۹ باشد	GFI	شاخص نیکویی برازش	شاخص های برازش
۰/۹۱	بزرگتر از ۰/۹ باشد	NNFI	شاخص برازش هنجارنشده	
۰/۹۲	بزرگتر از ۰/۹ باشد	NFI	شاخص برازش هنجارشده	
۰/۹۳	بزرگتر از ۰/۹ باشد	CFI	شاخص برازش تطبیقی	
۰/۹۱	بزرگتر از ۰/۹ باشد	IFI	شاخص برازش افزایشی	

۳.۵. خلاصه و نتایج مدل ساختاری

خروجی معادلات ساختاری و آزمون T نشان می دهد ۸ مسیر که در بین متغیرهای مکنون مستقل و متغیرهای مکنون وابسته وجود دارند، همگی معنادار هستند. جدول (۳) به طور خلاصه نتایج آزمون فرضیات را نشان می دهد.

جدول ۳: خلاصه و نتایج مدل ساختاری

فرضیه‌های پژوهش	ضریب استاندارد	عدد معناداری	نتیجه آزمون
عدالت تعاملی بر تسهیم دانش اثر دارد.	۰/۲۲	۴,۳۹	تأیید
عدالت رویه ای بر تسهیم دانش اثر دارد.	۰/۳۱	۱۹,۲۲	تأیید
عدالت توزیعی بر تسهیم دانش اثر دارد.	۰/۲۱	۴,۱۹	تأیید
تسهیم دانش بر رفتار نوآورانه کارکنان اثر دارد.	۰/۲۴	۲,۹۳	تأیید
عدالت تعاملی بر رفتار نوآورانه کارکنان اثر دارد.	۰/۱۸	۲,۶۴	تأیید
عدالت رویه ای بر رفتار نوآورانه کارکنان اثر دارد.	۰/۱۹	۳,۸۲	تأیید
عدالت توزیعی بر رفتار نوآورانه کارکنان اثر دارد.	۰/۲۷	۳,۴۹	تأیید

۶. تجزیه و تحلیل یافته ها

اکنون با استفاده از تجزیه و تحلیل های انجام گرفته و نتایج به دست آمده مطابق با جدول (۲) فرضیات مورد آزمون قرار گرفته و نتایج زیر حاصل گردیده است:

بر اساس نتایج حاصل از مدلیابی معادلات ساختاری در جدول ۲، اثر عدالت تعاملی بر تسهیم دانش (عدد معناداری برابر ۴,۳۹ و بیشتر از ۱/۹۶) تأیید و میزان این اثر ۲۲ درصد و مثبت برآورد شد. بنابراین فرضیه صفر ما رد و دلیلی برای رد فرضیه اصلی یافت نشد. نتایج حاصل از این پژوهش با یافته های کارکولیان و همکاران (۲۰۱۵) همسو است. بر اساس نتایج حاصل از مدلیابی معادلات ساختاری در جدول ۲، اثر عدالت رویه ای بر تسهیم دانش (عدد معناداری برابر ۱۹,۲۲ و بیشتر از ۱/۹۶) تأیید و میزان این اثر ۳۱ درصد و مثبت برآورد شد. بنابراین فرضیه صفر ما تأیید و دلیلی برای تأیید فرضیه اصلی یافت نشد. نتایج حاصل از این پژوهش با یافته های کارکولیان و همکاران (۲۰۱۵) همسو است. بر اساس نتایج حاصل از مدلیابی معادلات ساختاری در جدول ۲، اثر عدالت توزیعی بر تسهیم دانش (عدد معناداری برابر ۴,۱۹ و بیشتر از ۱/۹۶) تأیید و میزان این اثر ۲۱ درصد و مثبت برآورد شد. بنابراین فرضیه صفر ما تأیید و دلیلی برای تأیید فرضیه اصلی یافت نشد. نتایج حاصل از این پژوهش با یافته های کارکولیان و همکاران (۲۰۱۷) همسو است. بر اساس نتایج حاصل از مدلیابی معادلات ساختاری در جدول ۲، اثر تسهیم دانش بر رفتار نوآورانه کارکنان (عدد معناداری برابر ۲,۹۳ و بیشتر از ۱/۹۶) تأیید و میزان این اثر ۲۴ درصد و مثبت برآورد شد. بنابراین فرضیه صفر ما تأیید و دلیلی برای تأیید فرضیه اصلی یافت نشد. نتایج حاصل از این پژوهش با یافته های کارکولیان و همکاران (۲۰۱۵) همسو است. بر اساس نتایج حاصل از مدلیابی معادلات ساختاری در جدول ۲، اثر عدالت تعاملی بر رفتار نوآورانه کارکنان (عدد معناداری برابر ۲,۶۴ و بیشتر از ۱/۹۶) تأیید و میزان این اثر ۱۸ درصد و مثبت برآورد شد. بنابراین فرضیه صفر ما تأیید و دلیلی برای تأیید فرضیه اصلی یافت نشد. نتایج حاصل از این پژوهش با یافته های کارکولیان و همکاران (۲۰۱۷) همسو است. بر اساس نتایج حاصل از مدلیابی معادلات ساختاری در جدول ۲، اثر عدالت رویه ای بر رفتار نوآورانه کارکنان (عدد معناداری برابر ۳,۸۲ و بیشتر از ۱/۹۶) تأیید و میزان این اثر ۱۹ درصد و مثبت برآورد شد. بنابراین فرضیه صفر ما تأیید و دلیلی برای تأیید فرضیه اصلی یافت نشد. نتایج حاصل از این پژوهش با یافته های کارکولیان و همکاران (۲۰۱۵) همسو است. بر اساس نتایج حاصل از مدلیابی معادلات ساختاری در جدول ۲، اثر عدالت توزیعی بر رفتار نوآورانه کارکنان (عدد معناداری برابر ۳,۴۹ و بیشتر از ۱/۹۶) تأیید و میزان این اثر ۲۷ درصد و مثبت برآورد شد. بنابراین فرضیه صفر ما تأیید و دلیلی برای تأیید فرضیه اصلی یافت نشد. نتایج حاصل از این پژوهش با یافته های کارکولیان و همکاران (۲۰۱۷) همسو است. بر اساس نتایج حاصل از مدلیابی معادلات ساختاری در جدول ۲، اثر عدالت رویه ای بر رفتار نوآورانه کارکنان (عدد معناداری برابر ۳,۸۲ و بیشتر از ۱/۹۶) تأیید و میزان این اثر ۱۹ درصد و مثبت برآورد شد. بنابراین فرضیه صفر ما تأیید و دلیلی برای تأیید فرضیه اصلی یافت نشد. نتایج حاصل از این پژوهش با یافته های کارکولیان و همکاران (۲۰۱۵) همسو است. بر اساس نتایج حاصل از مدلیابی معادلات ساختاری در جدول ۲، اثر عدالت توزیعی بر رفتار نوآورانه کارکنان (عدد معناداری برابر ۳,۴۹ و بیشتر از ۱/۹۶) تأیید و میزان این اثر ۲۷ درصد و مثبت برآورد شد. بنابراین فرضیه صفر ما تأیید و دلیلی برای تأیید فرضیه اصلی یافت نشد. نتایج حاصل از این پژوهش با یافته های کارکولیان و همکاران (۲۰۱۷) همسو است.

نوآورانه کارکنان (عدد معناداری برابر ۳,۴۹ و بیشتر از ۱/۹۶) تأیید و میزان این اثر ۲۷ درصد و مثبت برآورد شد. بنابراین فرضیه صفر ما تأیید و دلیلی برای تأیید فرضیه اصلی یافت نشد. نتایج حاصل از این پژوهش با یافته های کارکولیان و همکاران (۲۰۱۵)، راویچاندران و همکاران (۲۰۱۷) همسو است.

۷. نتیجه گیری و پیشنهادات

پیشنهاد می گردد به مسائل مادی کارکنان توجه نمایند. سعی نمایند انتصاب و انتخاب کارکنان براساس شایستگی هایشان باشد.

پاداش و حقوق کارکنان متناسب با تحصیلات، سوابق و مهارت های آنها باشد.

از پارتی بازی و اثرمنسانی پرهیز نمایند.

جوی را فراهم نمایند که رفتار کارکنان با یکدیگر دوستانه باشد، کارکنان کمتر به همدیگر حسادت نموده و بنوعی با یکدیگر رقابت نمایند.

کارگاه هائی را برگزار نمایند و در این کارگاه مهارت آموزی صورت گیرد.

۸. منابع:

- ایمانی پور، نرگس؛ محمدپور، سعیده (۱۳۹۱)، نقش مدیریت منابع انسانی الکترونیکی بر نوآوری سازمانی، فصلنامه توسعه کارآفرینی، شماره ۲، ۸۷-۱۰۵
- بزاز جزایری، سید احمد (۱۳۸۴)، ضرورت ارزیابی عملکرد در سازمان ها، تدبیر، شماره ۹۸.
- بزاز جزایری، سید احمد (۱۳۸۷)، ارزیابی عملکرد منابع انسانی، انتشارات آبیژ، چاپ دوم.
- پرهیزگار، محمدمهدی؛ فروزنده، لطف اله (۱۳۹۲)، شناسایی عوامل موثر بر نوآوری سازمانی با تکیه بر پارادایم نوآوری باز در صنعت نشر کشور، فصلنامه علم پژوهشی مطالعات مدیریت صنعتی، سال یازدهم، شماره ۱۰۱، ۳۱-۱۲۵
- حسینی مقدم، سیدمحمدرضا؛ کاظمی، مصطفی (۱۳۹۳)، بررسی نقش واسط گرایش به بازار و رفتار کارآفرینانه بر رابطه بین استراتژی های بازرگانی و عملکرد سازمانی در شرکت های تولیدی متوسط و بزرگ شهرهای صنعتی شهرستان مشهد، مجله علمی پژوهشی تحقیقات بازاریابی، ۲۳۴-۲۰۷
- خاکی، غلامرضا (۱۳۸۶)، «روش تحقیق با رویکرد پایان نامه نویسی»، تهران: انتشارات درایت.
- خداداد حسینی، سید حمید (۱۳۷۸)، مقاله: نوآوری در سازمانها: مفهوم، انواع و فرایندها» مجله علمی پژوهشی اقتصاد و مدیریت، شماره ۴۲
- دانایی فرد، حسن و الوانی، سید مهدی و آذر، عادل (۱۳۸۹)، روش شناسی پژوهش کیفی در مدیریت، رویکردی جامع، انتشارات صفار اشراقی
- دیهیم، جواد؛ بینش، مرتضی؛ معقول، علی (۱۳۹۵)، بررسی تأثیر فناوری بر مدیریت دانش سازمان ها، تحقیقات جدید در علوم انسانی، سال دوم، شماره ۲
- رستگار، عباسعلی؛ شفیعی نیک آبادی، محسن؛ الهی، صفورا (۱۳۹۱)، بررسی تأثیر قابلیت های فرایندی مدیریت دانش بر عملکرد نوآوری با اثر میانجی فرایند نوآوری، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه سمنان، دانشکده مدیریت و حسابداری
- سعادت، اسفندیار (۱۳۸۳)، مدیریت منابع انسانی، چاپ هشتم، تهران: انتشارات سمت.
- صادقی، موسی؛ عظمی، امجد؛ یوسفی پناه، مسعود (۱۳۹۰)، معیارها و شاخص های نظام ارزیابی عملکرد کارکنان با استفاده از رویکرد ۳۶۰ درجه ای در سازمان، فصلنامه علمی-ترویجی علوم و فنون نظامی، ۳۱-۴۹
- عالم تبریز، اکبر؛ عباسی، مهرانگیز (۱۳۹۵)، تأثیر قابلیت های فناوری اطلاعات بر عملکرد سازمانی از طریق ظرفیت جذب دانش و یادگیری سازمانی، مطالعات مدیریت فناوری اطلاعات، شماره ۱۷، ۳۱-۴۴

- علامه، محسن؛ عسکری، نوربخش؛ خزائی پول؛ جواد (۱۳۹۴)، تأثیر فرهنگ سازمانی بر عملکرد سازمانی، تأکید بر نقش تسهیم دانش و چابکی سازمانی با رویکرد کارت امتیازی متوازن، مدیریت فرهنگ سازمانی، شماره ۲، ۴۷۴-۴۵۳
- قلی پور، آرین؛ محمد اسماعیلی، ندا؛ احمدپور، پریسا (۱۳۹۲)، بررسی رابطه بین مدیریت دانش و نوآوری در دانشگاه های کشور، پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی غیردولتی-غیرانتفاعی مجازی مهر البرز
- مرادی، محمود؛ دوستار، محمد؛ نیکوسخن، ساقی (۱۳۹۲)، بررسی رابطه مدیریت دانش و عملکرد نوآوری، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه گیلان، دانشکده ادبیات و علوم انسانی،
- مهارتی، یعقوب؛ خوراکیان، علیرضا (۱۳۹۳)، بررسی نقش واسطه ای گرایش به بازار در رابطه بین تأکید مدیریت عالی و عملکرد بانک های دولتی شهر تهران در بانک ملی و سپه شهر تهران، مجله علمی پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین، ۲۴-۱
- نجفقلی نژاد، اعظم؛ صادق زاده، علی (۱۳۹۲)، فناوری اطلاعات و بهینه سازی مدیریت دانش، کتابداری و اطلاع رسانی، جلد ۱۳، شماره ۲
- Akram, T., Lei, S. (2019), The impact of organizational justice on employee innovative work behavior: mediating role of knowledge sharing, *Journal Innovation Knowledge*, 2, 122, 145
- Abhishek, Srivastava (2002). Encouraging Knowledge Sharing: The Role of Organizational Reward Systems. *Journal of Leadership & Organizational Studies*. Retrieved August 31, 2006, from www.allbusiness.com/periodicals/article/345328-1.html
- Ardichvili, A., Page, Vaughn, & Wenling, Tim (2003). Motivation & Barriers to Participation in Virtual Knowledge Sharing Communities of Practice. *Journal of Knowledge Management*, 7(1), 64-77.
- Barquin, R.C. (2001). What is knowledge management? *Knowledge and Innovation: Journal*, Vol. 1, No. 2. pp.127-143.
- Baron, R. A., Tang, J. (2011). The role of entrepreneurs in firm-level innovation: joint effects of positive affect, creativity, and environmental dynamism, *Journal of Business Ventur*, 26(1), 49-60.
- Hogan, S. J., & Coote, L. V. (2014). Organizational culture, innovation, and performance: A test of Schein's model. *Journal of Business Research*, 67, 1609-1621
- King, Marie Jennifer (2001). Employee Participation in Organizationally-Maintained Knowledge Sharing Activities. Master's Thesis. University Of Toronto. Retrieved September 03, 2006, from www.collectionscanada.ca/obj/s4/f2/dsk3/ftp05/mq62883.pdf.
- Kalkan, A., Buskurt, O. C., & Arman., M, A. (2014). The impacts of intellectual capital, innovation and organizational strategy on firm performance. 10th International strategic management conference, *procedia-social and behavioral sciences*, 150,
- Ling, Ch.; Sandhu, M. S.; Jain, K. (2009). Knowledge Sharing In An American Multinational Company Based In Malaysia. *Journal Of Workplace Learning*, 21(2): 125 – 142.
- Nonaka, I. (1994). A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation. *Organizational Science*, 5(1), 14-37. Retrieved September 03, 2006, from www.michaelwmorris.com/R671/documents/Session_09/Nonaka94.pdf
- Nonaka, I. (1994). A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation. *Organizational Science*, 5(1), 14-37. Retrieved September 03, 2006, from

- Mao, H., Liu, S., Zhang, J., 2016. How the effects of IT capability and knowledge capability on organizational agility are contingent on environmental
- Ravichandrn,t(2017), exploring the relationships between it competence, innovation capacity and organization agility, journal of strategic information systems,3,144-156
- Singh,S. K.; Darwish, T.; Cristina Costa, A.; Anderson, N. (2012). “Measuring HRM and organizational performance: concepts, issues, and framework”. Management Decision, 50(4), 651-667.
- Van den Hoof, Bart, & Do Ridder, Jan A. (2004). Knowledge Sharing in Context: The Influence of Organizational Commitment, Communication Climate & CMC Use on Knowledge Sharing. Journal of Knowledge Management, 8(6), 117-130.
- Yang, Heng-Li and Wu, T.C.T. (2008). Knowledge sharing in an organization. Technological Forecasting & Social Change, 75, 1128 1156
- Yu, Yecheng, Wilkins, Linda C., & Ma, Will W. K. (2004). Developing an Instrument for Measuring Knowledge Sharing Attitudes. Retrieved September 10, 2006, from http://www.teach.com.hk/Yu_Wilkins_Ma_2004.pdf.