

مدل کاربردی اشتراک دانش کارکنان و مقایسه‌ی آن در مراکز تحقیقاتی و تولیدی

پیمان اخوان*، حیدر امیران**
اکبر رحیمی***

تاریخ دریافت: ۹۳/۰۱/۲۳

تاریخ پذیرش: ۹۳/۰۷/۰۶

چکیده

مزایای بی‌شماری که اشتراک دانش می‌تواند برای سازمان به همراه آورد، آنرا به‌عنوان یکی از مراحل کلیدی فرایند مدیریت دانش معرفی نموده است. تحقیقات مختلف، به شناسایی عوامل مؤثر بر اشتراک دانش پرداخته و مدل‌هایی را نیز در این زمینه پیشنهاد داده‌اند. این مقاله، با معرفی دو عامل مؤثر در اشتراک دانش شامل عوامل انگیزشی و علاقه به روش‌های اشتراک دانش، مدل کاربردی اشتراک دانش را معرفی نموده و با مقایسه‌ی این مدل در محیط‌های تحقیقاتی و تولیدی نشان می‌دهد که به‌کارگیری این دو متغیر، بیش از ۶۰ درصد رفتار اشتراک دانش را موجب شده و نسبت به سایر عوامل مؤثر در اشتراک دانش، نقش بسیار پررنگ‌تری را ایفا می‌نمایند. درنهایت، مدل کاربردی اشتراک دانش ارائه‌شده، با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) و نرم‌افزار Lisrel 8.8 در هر یک از محیط‌های تحقیق مورد تأیید قرار گرفت.

کلیدواژه‌ها: اشتراک دانش؛ عوامل انگیزشی؛ علاقه به روش‌های اشتراک دانش؛ مدل‌سازی معادلات ساختاری.

*. دکتري مهندسي صنايع، دانشيار و عضو هيئت علمي دانشگاه صنعتي مالک اشتر

** . دکتري مدیریت، استادیار و عضو هيئت علمي دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکز

*** . نویسنده‌ی مسئول: دانشجوی دکتري مدیریت دانشگاه شهید بهشتي

Peyman_akv@yahoo.com

AmiranHeydar@yahoo.com

Rahimi_akr@yahoo.com

مقدمه

مدیرانی که اهمیت اشتراک دانش و نقش کلیدی آنرا در رشد و توسعه‌ی سازمان‌های خود درک کرده‌اند، تلاش خود را در راستای ایجاد شرایطی به کار خواهند گرفت که رفتار اشتراک دانش به سهولت از سوی کارکنان صورت گیرد. بسیاری از عوامل شناسایی شده به‌عنوان عوامل مؤثر در اشتراک دانش، دارای ابعاد پیچیده‌ای است و به کارگیری آن عوامل با وجود زمان زیادی که به خود اختصاص می‌دهند، نتیجه‌ی قابل اطمینان و قطعی به‌دست نخواهند داد. عواملی مانند فرهنگ، ساختار سازمانی و فناوری از این دست می‌باشند. سختی به کارگیری این عوامل و هزینه‌ی بسیار زیاد آنها از یک سو و زمان‌بر بودن آنها در بروز رفتار اشتراک دانش، از سوی دیگر، مدیران را برای به کارگیری این عوامل، دچار سردرگمی کرده است. تأکید این مقاله بر به کارگیری عواملی است که علی‌رغم سهولت به کارگیری آنها، سرعت به کارگیری‌شان نیز بسیار زیاد بوده و نتایج به‌مراتب مؤثرتری را نسبت به سایر عوامل دارا باشند. خواسته‌ی بسیاری از مدیران سازمان‌ها این است که در کم‌ترین زمان و هزینه‌ای اندک، به یک نتیجه‌ی قطعی و قابل اطمینان در بروز رفتار اشتراک دانش از سوی کارکنان دست یابند. این مقاله، با معرفی مدل کاربردی اشتراک دانش، برای این خواسته‌ی مدیران، پاسخی مناسب ارائه می‌نماید.

مرور ادبیات و تحقیقات پیشین

سیلیو و چو^۱ (۲۰۱۰)، اشتراک دانش را رفتاری می‌دانند که از یک فرد به‌صورت ارادی، برای دست‌یابی دیگران به دانش و تجربیاتش سر می‌زند. آنها اشتراک دانش را شامل یک گستره‌ی وسیع از رفتار برمی‌شمرند که بسیار پیچیده و چندوجهی هستند (سیلیو و چو، ۲۰۱۰: ۸۲۴).

جدول (۱) به برخی از مهم‌ترین عوامل انگیزشی مؤثر بر اشتراک دانش که در تحقیقات مختلف، مورد توجه قرار گرفته‌اند، اشاره می‌کند:

1. Sylvio, C. & Choo, W

جدول ۱. برخی از مهم‌ترین عوامل انگیزشی مؤثر و بی‌تأثیر بر اشتراک دانش، در تحقیقات مختلف

محقق	عامل انگیزشی و تأثیر آن روی اشتراک دانش
چن و هوانگ ^۱ (۲۰۱۰)	مقابله به مثل (-)، اعتماد بین فردی (+)، سودمندی اشتراک دانش (+)، مزیت‌های نسبی دریافت‌شده از اشتراک دانش (+)
گگنه ^۲ (۲۰۰۹)	استقلال کاری (+)
چون و می ^۳ (۲۰۰۹)	بررسی چگونگی تأثیر عوامل انگیزشی شامل (سودمندی دانش، لذت بردن از کمک به دیگران، مسئولیت‌پذیری، اعتماد و مشوق‌ها روی اشتراک دانش)
لی و پون ^۴ (۲۰۰۹)	اعتماد، حقوق، منزلت اجتماعی، ارتباط بین فردی، به رسمیت شناختن، موفقیت و پیشرفت، چالش کاری، احساس مسئولیت، استقلال کاری
کروز و همکاران ^۵ (۲۰۰۹)	اعتماد (+)، استقلال کاری (+)، صداقت (+)، حس تعلق به سازمان (+)، پاداش (+)، به رسمیت شناختن (+)، ترفیع (+)، ثبات شغلی (+)
یخلف و همکاران ^۶ (۲۰۰۹)	عزت نفس (+)، خودکنترلی (+)، منزلت اجتماعی (+)
هاردرد ^۷ (۲۰۰۸)	استقلال کاری (+)، پاداش‌های قابل لمس (افزایش حقوق، شانس ترفیع، مزایای غیرنقدی) (-)، تصدیق و تأیید مدیران و همکاران (بازخورد مثبت مدیر، تأیید مدیر، تأیید همکار) (+)، حمایت مدیران (+)
کابرا و همکاران ^۸ (۲۰۰۶)	پاداش‌های قابل لمس (+)
بوک و همکاران ^۹ (۲۰۰۵)	پاداش‌های مالی (-)
بوک و کیم ^{۱۰} (۲۰۰۲)	پاداش مورد انتظار، ارتباطات مورد انتظار، کمک مورد انتظار
آی بی ای ^{۱۱} (۲۰۰۳)	مقابله به مثل، ارتباط با دریافت‌کننده پاداش
وینگ و سیون ^{۱۲} (۲۰۰۰)	نوع دوستی (+)، شهرت (-)، عوامل بهداشتی (-)، مقابله به مثل (-)
هندریکز ^{۱۳} (۱۹۹۹)	عوامل انگیزشی (+): (موفقیت، مسئولیت‌پذیری، به رسمیت شناختن، استقلال کاری، فرصت‌های ترفیع، چالش کاری) عوامل بهداشتی (-): (حقوق، منزلت اجتماعی، سیاست‌های شرکت، ارتباطات فردی)

راهنما: (+) مؤثر بر اشتراک دانش (-) غیر مؤثر بر اشتراک دانش

در خصوص نقش و اهمیت انگیزه‌ها در رفتار اشتراک دانش، محققان مختلف، نظریات گوناگونی را ارائه نموده‌اند؛ از جمله اینکه: در برخی موارد افراد ممکن است برای رفتار اشتراک

1. Chen, C. J. & Huang, S. W.
2. Gagne, M.
3. Chun, L. & Mei, C.
4. Li, R. Y. M. & Poon S. W.
5. Cruz, N. M., Perez V. M. & Cantero, C. T.
6. Yakhlef, A., Sié, L. & Julien, P.
7. Harde, M.
8. Cabrera, A., Collins, W. C. & Salgado, J. F.
9. Bock, G. W., Zmud, R. W. , Kim, Y. G. & Lee, L. N.
10. Bock, G. W. & Kim, Y. G.
11. Ipe, M.
12. Weng, C. L. & Cgen, L. F.
13. Hendriks, P.

دانش بی‌میل باشند؛ بنابراین، برای سازمان‌هایی که نیاز به کسب مزیت رقابتی دارند، به‌کارگیری عوامل انگیزشی که آنها را به بروز رفتار اشتراک دانش تحریک کند، ضروری است (آی پی ای، ۲۰۰۳: ۳۳۷). باراجینی، انگیزه را به‌عنوان عاملی کلیدی برای موفقیت جریان دانش در سازمان معرفی می‌نماید (باراجینی، ۲۰۰۹: ۹۸). پرودروموس^۱ موفقیت پیاده‌سازی مدیریت دانش را به‌طور گسترده‌ای وابسته به تمایل به اشتراک دانش کارکنان می‌داند و معتقد است این انگیزه‌ها هستند که کارکنان را به بروز رفتار اشتراک دانش متمایل می‌کنند (پرودروموس، ۲۰۰۹: ۲۴۵).

همچنان که بررسی تحقیقات پیشین نشان می‌دهد، رفتار اشتراک دانش، تابعی از انگیزه‌ها است. ریان و دسی^۲ (۲۰۰۰: ۵۴)، در مطالعه‌ای مشتری، انگیزه‌ها را به انگیزه‌های درونی و بیرونی قسمت نموده‌اند. گرچه تأکید بسیاری از محققان، تحریک کارکنان از طریق تأمین انگیزه‌ها برای بروز رفتار اشتراک دانش می‌باشد، اما نکته‌ی قابل توجه این است که حتی اگر در کارکنان برای رفتار اشتراک دانش، انگیزه به‌وجود آید، آیا به‌خودی‌خود، رفتار اشتراک دانش در سازمان اتفاق خواهد افتاد یا اینکه سازمان باید روش یا روش‌هایی را برای اشتراک دانش بین کارکنان خود به‌کار گیرد؟ پاسخ این است که مسلماً سازمان باید روش‌هایی را برای بروز رفتار اشتراک دانش به‌کار ببندد. هر چه این روش‌ها بیشتر مورد علاقه‌ی کارکنان باشد، بیشتر از آنها پیروی خواهند کرد. بنابراین، به تابع فوق، متغیر مستقل دیگری با عنوان علاقه‌ی کارکنان به روش‌های اشتراک دانش اضافه می‌گردد. پس می‌توان گفت:

(رابطه‌ی ۱) (علاقه به روش‌های اشتراک دانش، انگیزه‌های بیرونی، انگیزه‌های درونی) $f =$ رفتار اشتراک دانش

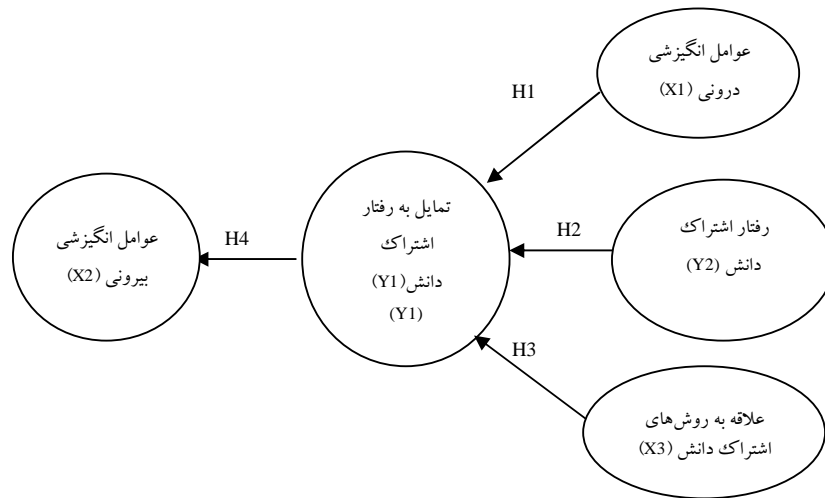
محققان معتقدند که تمایل، هدایت‌کننده‌ی رفتار است (لمنتین^۳، ۲۰۰۷). به‌عبارتی، در شرایط عادی، تمایل به رفتار است که منجر به بروز رفتار خواهد شد. لذا، در خصوص رفتار اشتراک دانش نیز تمایل به‌وجود آمده در فرد، برای بروز رفتار اشتراک دانش، به‌عنوان هدایت‌کننده، رفتار اشتراک دانش عمل می‌کند. با توجه به اینکه انگیزه‌ها فرد را برای بروز رفتار متمایل می‌کنند و هم‌زمانی ایجاد انگیزه و به‌کارگیری روش‌های اشتراک دانشی که مورد علاقه‌ی

1. Prodrimos, D. C.
2. Ryan & Deci
3. Lementyinen, M.

فرد نیز باشد، بهتر و بیشتر می‌تواند منجر به تمایل فرد به رفتار اشتراک دانش و بروز رفتار اشتراک دانش از سوی وی گردد. می‌توان گفت:

(علاقه‌ی فرد به روش‌های اشتراک دانش، انگیزه‌های بیرونی، انگیزه‌های درونی) = f = تمایل به رفتار اشتراک دانش (رابطه‌ی ۲)

بنابراین، با لحاظ موارد فوق، می‌توان مدل کاربردی اشتراک دانش را با تأکید بر نقش عوامل انگیزشی، به صورت شکل (۱) ارائه نمود:



شکل ۱. مدل مفهومی اشتراک دانش

فرضیه‌های تحقیق در شکل (۱) و به صورت نمادهای H1 تا H4 نمایش داده شده‌اند. نظریه‌های انگیزشی مبتنی بر نیاز، در چهار نظریه ارائه شده‌اند که عوامل انگیزشی معرفی شده در این نظریات به صورت خلاصه در جدول (۲) درج شده است:

جدول ۲. عوامل انگیزشی معرفی شده توسط نظریه پردازان مختلف

عوامل انگیزشی		نظریه و نظریه پرداز
نیازهای حیاتی	حقوق و دستمزد، پاداش مالی، پاداش‌های غیرمالی	سلسله‌مراتب نیازهای مازلو ^۱ (افجه، ۱۳۸۵:۱۶۰)
نیاز ایمنی / امنیت	امنیت شغلی، ایمنی و بهداشت کار	
نیاز اجتماعی	روابط دوستانه و غیررسمی با همکاران (جو دوستانه و صمیمی)، منزلت اجتماعی	
نیاز به احترام	احترام مدیران و سایر همکاران	
نیاز به خودشکوفایی	تطابق سازمان با خواست شخصی، خودکنترلی و خودمدیریتی	سه عاملی آلدرفر ^۲ (افجه، ۱۳۸۵:۱۶۰)
نیازهای زیستی	حقوق و دستمزد، پاداش مالی، پاداش‌های غیرمالی	
نیازهای تعلق	روابط دوستانه و غیررسمی با همکاران	
نیازهای رشد	ترفیع شغلی، یادگیری و رشد	دو عاملی هرزبرگ ^۳ (افجه، ۱۳۸۵:۱۷۱)
عوامل بهداشتی	حقوق و دستمزد، شرایط کاری مناسب (نظافت و بهداشت)، امنیت شغلی، کیفیت مناسب سرپرست یا مدیر، سیاست‌های سازمانی و خط‌مشی‌ها، روابط دوستانه	
عوامل انگیزشی	کسب موفقیت، افزایش مسئولیت، چالشی‌بودن کار، بهبود و رشد، به رسمیت شناختن، ترفیع شغلی	نیازهای اکتسابی مک کلند ^۴ (رابینز، ۱۳۸۷:۸۰)
نیاز به موفقیت	انجام کارهای چالشی و خارج از برنامه‌ی روزمره، رشد و یادگیری، ترفیع شغلی، موفقیت در انجام کار	
نیاز به وابستگی	روابط دوستانه و غیررسمی با همکاران	
نیاز به قدرت	تصدی شغل‌های مدیریتی و سرپرستی، مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها، افزایش مسئولیت و تفویض اختیار، به رسمیت شناختن، استقلال کاری، کسب شهرت	

1. Maslows Hierarchy of Needs
2. ERG (Existence, Relatedness, Growth) Theory
3. Herzberg
4. McClelland

نوناکا^۱ در طبقه‌بندی خود از دانش، دانش آشکار/ صریح را دانشی می‌داند که عینی باشد و بتواند به صورت رسمی و با زبانی سامان‌مند بیان شود. وی معتقد است که این نوع دانش از کارکنان مستقل بوده و در سامانه‌های اطلاعات رایانه‌ای، کتاب‌ها، مستندات سازمانی و نظایر آن وجود دارد؛ همچنین این نوع دانش، دارای قابلیت کدگذاری و از طریق گویش قابل بیان است (نوناکا، ۱۹۹۴: ۱۴).

از منظر پولانی^۲، دانش پنهان/ ضمنی، دانشی است که در درون شخص وجود داشته و- در بیشتر مواقع- توصیف و انتقال آن مشکل است. منابع و محتوای دانش پنهان، در ذهن نهفته است و به آسانی قابل دست‌یابی نبوده و غیر ساختمند است (پولانی، ۱۹۹۶).

با توجه به مرور ادبیات انجام‌شده، روش‌های اشتراک دانش را براساس نوع دانش به اشتراک گذاشته‌شده، می‌توان برابر جدول (۳) خلاصه کرد:

جدول ۳. روش‌های اشتراک دانش بر اساس نوع دانش قابل اشتراک با توجه به مرور ادبیات انجام شده

نوع دانش		فنون و ابزار
آشکار/ صریح	تعامل	مستندکردن دانش بانک‌های اطلاعاتی (نوناکا، ۱۹۹۴: ۱۴) آموزش دیگران (نوناکا، ۱۹۹۴: ۱۴)
	تعامل	تعامل چهره‌به‌چهره انواع وبلاگ‌ها، سایت‌های اینترنتی ایمیل، ویدئو کنفرانس، چت، آموزش مجازی، نرم‌افزارهای مدیریت دانش سامانه‌های خبره، شبکه‌های تعاملی اجتماعی و... (اخوان و باقری، ۱۳۸۹)
پنهان/ ضمنی	تعامل	تعامل چهره‌به‌چهره داستان‌گویی، اجتماعات کاری، کمک همتایان، مربی‌گری کنفرانس و گردهم‌آیی، گردش کاری، رایحه‌ی سمینار، استادشگرادی، برگزاری جلسه، مصاحبه‌ی خروج، مرور بعد از عملیات، آموزش حین خدمت، کار گروهی (سی‌آی‌دی ای، ۲۰۰۳) و (اخوان و باقری، ۱۳۸۹)
	تعامل	تعامل افراد در بستر فناوری اطلاعات انواع وبلاگ‌ها، سایت‌های اینترنتی ایمیل، ویدئو کنفرانس، چت، آموزش مجازی، نرم‌افزارهای مدیریت دانش سامانه‌های خبره، شبکه‌های تعاملی اجتماعی و... (نوناکا، ۱۹۹۴: ۱۴)

1. Nonaka
2. Polani
3. CIDA

روش تحقیق

روش تحقیق به کار گرفته شده در این پژوهش، توصیفی و از نوع همبستگی می‌باشد که به شیوه پیمایشی صورت گرفته است. داده‌های تحقیق از طریق پرسش‌نامه جمع‌آوری شده است. حجم نمونه و پرسش‌نامه‌های توزیع و جمع‌آوری شده در دو محیط تحقیق در جدول (۴) خلاصه شده است:

جدول ۴. مقایسه‌ی حجم نمونه و پرسش‌نامه‌های توزیع شده و جمع‌آوری شده در دو محیط تحقیق

عنوان	محیط تحقیقاتی	محیط تولیدی
حجم جامعه‌ی آماری	۱۵۰۰	۲۰۰۰
اندازه‌ی نمونه (برابر فرمول کوکران)	۳۰۶	۳۲۲
تعداد پرسش‌نامه‌های توزیعی	۴۰۰	۴۵۰
تعداد و درصد پرسش‌نامه‌های جمع‌آوری شده	۳۷۳ (٪ ۹۳/۲۵)	۳۸۵ (٪ ۸۵/۵۵)
تعداد و درصد پرسش‌نامه‌های قابل تحلیل	۳۱۷ (٪ ۸۵)	۳۲۵ (٪ ۸۴)

به منظور سنجش روایی پرسش‌نامه، نظر متخصصان حوزه‌ی مدیریت دانش و همچنین رفتار سازمانی اخذ و اصلاحات لازم در پرسش‌نامه گنجانده شد که از آن جمله می‌توان به اضافه شدن عوامل انگیزشی جدیدی مانند: امید به آینده‌ی سازمان، احساس مالکیت نسبت به سازمان، شهرت اجتماعی سازمان (معروف بودن سازمان و افتخار به کار کردن در آن سازمان)، عدالت در سازمان، اعتقادات مذهبی کارکنان، رشد و ارتقای سازمان و به‌رخ کشیدن دانش، اشاره نمود. به منظور سنجش پایایی پرسش‌نامه در هر دو محیط تحقیق، از آلفای کرونباخ استفاده شد که در محیط تحقیقاتی آلفای کرونباخ ۰/۸۸۳ و در محیط تولیدی ۰/۸۷۴ بود که نشان می‌دهد که در هر دو محیط، پرسش‌نامه از پایایی خوبی برخوردار است. گفتنی است که با توجه به پاره‌ای محدودیت‌ها، از ذکر نام سازمان‌های مورد مطالعه خودداری شده است.

این تحقیق در چندین گام به شرح زیر به انجام رسیده است:

گام نخست: شامل شناسایی عوامل انگیزشی مؤثر در اشتراک دانش می‌باشد. عوامل انگیزشی اشاره شده در تحقیقات مختلف درخصوص اشتراک دانش از یک سو (جدول ۲) و عوامل انگیزشی برآمده از بررسی نظریه‌های مختلف انگیزشی از سوی دیگر (جدول ۳) با یکدیگر ترکیب شدند و تعداد ۴۰ عامل انگیزشی که می‌توانند در جامعه‌ی آماری به‌عنوان عوامل انگیزشی برای رفتار اشتراک دانش شناخته شوند، در بخش اول پرسش‌نامه و مطابق با جدول (۵)، درج گردید. این گام، به‌دنبال پاسخ‌گویی به این پرسش است که آیا ۴۰ عامل انگیزشی برگرفته شده از بررسی تحقیقات پیشین، ثنوری‌های انگیزشی و نظر خبرگان، همگی در رفتار اشتراک دانش کارکنان سازمان‌های مورد مطالعه، مؤثرند یا خیر؟

جدول ۵. عوامل انگیزشی درونی و بیرونی در نظر گرفته‌شده در پرسش‌نامه

<p>روابط دوستانه و صمیمی، اعتماد بین فردی، کسب موفقیت، صداقت و راستی، احساس مسئولیت، تعهد و وفاداری، اعتقادات مذهبی، احترام خودمدیریتی، عدالت در سازمان، منزلت اجتماعی، تطابق سازمان با خواسته‌ها، یادگیری فردی، رشد و ترقی سازمان، سودمندی اشتراک دانش، لذت بردن از کمک به دیگران، تعلق به سازمان، حس نوع‌دوستی، شهرت اجتماعی سازمان، مقابله‌به‌مثال، امید به آینده‌ی سازمان، عزت نفس، انتظار کمک از دیگران، تأیید و تصدیق دیگران، احساس مالکیت، به‌رخ کشیدن دانش (۲۵ عامل)</p>	<p>عوامل انگیزشی درونی</p>
<p>ترفع شغلی، استقلال کاری، کیفیت مناسب مدیر و سرپرست، پاداش مالی، پاداش غیرمالی، حمایت مدیریت، به‌رسمیت شناختن، کارچالشی، کسب شهرت، مناسب بودن سیاست‌ها، مشارکت در تصمیم‌گیری، انتصاب مشاغل مدیریتی، افزایش مسئولیت و واگذاری اختیارات، ایمنی و بهداشت کار، حقوق و دستمزد (۱۵ عامل)</p>	<p>عوامل انگیزشی بیرونی</p>

گام دوم: شامل شناسایی روش‌های اشتراک دانش مورد علاقه‌ی کارکنان می‌باشد. برای سنجش علاقه‌ی افراد به روش‌های اشتراک دانش، پس از مرور ادبیات موضوع و مطابق با جدول (۶)، ۱۶ روش در نظر گرفته شد که در بخش دوم پرسش‌نامه لحاظ گردیدند. گفتنی است که

سنجش علاقه به استفاده از ابزار فناوری اطلاعات، تنها با یک پرسش و تحت عنوان علاقه به تعامل از طریق فناوری اطلاعات (IT)، در پرسش‌نامه درج گردید. این گام، به دنبال پاسخ‌گویی به این پرسش است که آیا ۱۶ روش اشتراک دانش برگرفته‌شده از بررسی تحقیقات پیشین، همگی مورد علاقه‌ی کارکنان سازمان‌های مورد مطالعه، هستند یا خیر؟

جدول ۶. روش‌های اشتراک دانش با توجه به مرور ادبیات انجام‌شده

روش‌های اشتراک دانش	
۱. روش‌های مستندسازی	۲. روش‌های تعاملی
مستندسازی در فرم‌های کاغذی، مستندسازی در بانک‌های اطلاعاتی (جمعاً ۲ روش)	داستان‌گویی، اجتماعات کاری، کمک همتایان، مربیگری، کنفرانس و گردهم‌آیی، گردش کاری، رای‌ی سمینار، استادشاگردی، برگزاری جلسه، مصاحبه‌ی خروج، مرور بعد از عملیات، آموزش حین خدمت، کار گروهی، تعامل از طریق فناوری اطلاعات (IT) (جمعاً ۱۴ روش)

گام سوم: شامل اندازه‌گیری متغیرهای مدل مفهومی تحقیق، به‌منظور تأیید مدل از طریق مدل‌سازی معادلات ساختاری می‌باشد. پس از شناسایی عوامل انگیزشی مؤثر در اشتراک دانش (۲۴ عامل از ۴۰ عامل انگیزشی در نظر گرفته‌شده در بخش اول پرسش‌نامه) و همچنین شناسایی روش‌های اشتراک دانش مورد علاقه‌ی کارکنان (۹ روش از ۱۶ روش اشتراک دانش در نظر گرفته‌شده در بخش دوم پرسش‌نامه)، در گام سوم به بررسی وضعیت فعلی سازمان‌های مورد مطالعه، از نظر تأمین عوامل انگیزشی و به‌کارگیری روش‌های مورد علاقه‌ی اشتراک دانش، پرداخته شد. برای اندازه‌گیری متغیرهای مدل مفهومی تحقیق و همچنین تأیید مدل به کمک مدل‌سازی معادلات ساختاری، علاوه بر ۲۴ عامل انگیزشی مؤثر بر اشتراک دانش (در بخش سوم پرسش‌نامه) و همچنین ۹ روش مورد علاقه‌ی اشتراک دانش (در بخش چهارم پرسش‌نامه)، متغیرهای تمایل به اشتراک دانش (با ۵ پرسش) و متغیر رفتار اشتراک دانش (با ۶ پرسش) در بخش‌های پنجم و ششم پرسش‌نامه گنجانده شدند. در بخش هفتم پرسش‌نامه، نیز پرسش‌های

زمینه‌ای (شامل: جنسیت، وضعیت تأهل، سن، مدرک تحصیلی، سابقه‌ی کار، نوع شغل و متوسط درآمد ماهانه) مطرح گردیده است.

تجزیه و تحلیل نتایج

در این بخش، نتایج به دست آمده از تجزیه و تحلیل داده‌ها در محیط‌های دو گانه‌ی تحقیق مورد مقایسه قرار می‌گیرد:

۱. مقایسه‌ی محیط تحقیقاتی و تولیدی از منظر متغیرهای زمینه‌ای نمونه‌های آماری:

وضعیت جمعیت شناختی نمونه‌های انتخاب شده نشان می‌دهد که بیشترین درصد‌های فراوانی برحسب متغیرهای زمینه‌ای در محیط تحقیقاتی عبارتند از: ۹۱ درصد مرد، ۹۴ درصد متأهل، ۴۱ درصد در گروه سنی ۳۵ تا ۴۵ سال، ۴۵ درصد فوق لیسانس، ۳۵ درصد با سابقه‌ی کار ۱۵ تا ۲۰ سال، ۵۸ درصد محقق و ۵۲ درصد با درآمد یک و نیم تا دو میلیون تومان، می‌باشند. در حالی که وضعیت این متغیرها در محیط تولیدی، عبارتند از: ۹۸ درصد مرد، ۹۷ درصد متأهل، ۴۲ درصد در گروه سنی ۳۵ تا ۴۵ سال، ۳۷ درصد دیپلم یا زیر دیپلم، ۴۰ درصد با سابقه‌ی کار ۱۵ تا ۲۰ سال، ۵۳ درصد کارگر تولید و ۵۱ درصد با درآمد پانصد هزار تا یک میلیون تومان می‌باشند.

۲. مقایسه‌ی محیط تحقیقاتی و تولیدی از منظر شناسایی عوامل انگیزش مؤثر در اشتراک دانش:

به منظور شناسایی عوامل انگیزشی مؤثر در اشتراک دانش، آزمون تی^۱ به کار گرفته شد. نتایج این آزمون نشان داد که در سطح $p=0.05$ در محیط تحقیقاتی از تعداد ۴۰ عامل انگیزشی، تعداد ۱۶ عامل دارای میانگین کمتر از ۳ (حد وسط طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت) بودند که در نتیجه به عنوان عوامل انگیزشی کم اهمیت در اشتراک دانش شناخته شدند و تعداد ۲۴ عامل انگیزشی دیگر به عنوان عوامل انگیزشی مهم در اشتراک دانش شناسایی گردیدند. در محیط تولیدی نیز، با به کارگیری این آزمون، تنها تعداد ۱۶ عامل انگیزشی به عنوان عوامل انگیزشی مهم در اشتراک دانش شناسایی شدند. نتایج مقایسه‌ی این عوامل در دو محیط تحقیقاتی، در جدول (۷) خلاصه شده است.

1. t-Test

جدول ۷. مقایسه‌ی دو محیط از منظر عوامل انگیزشی درونی و بیرونی مؤثر و بی‌تأثیر در اشتراک دانش

نوع محیط	عوامل بیرونی		عوامل درونی	
	بی‌تأثیر در اشتراک دانش	مؤثر در اشتراک دانش	بی‌تأثیر در اشتراک دانش	مؤثر در اشتراک دانش
محیط رسمی	مناسب‌بودن سیاست‌ها، مشارکت در تصمیم‌گیری، انتصاب مشاغل مدیریتی، افزایش مسئولیت و واگذاری اختیارات، ایمنی و بهداشت کار، حقوق و دستمزد (جمعاً ۶ عامل)	ترفع شغلی، استقلال کاری، کیفیت مناسب مدیر و سرپرست، پاداش غیرمالی، کارچالشی، پاداش مالی، حمایت‌مدیریت، به‌رسمیت‌شناختن، کسب شهرت (جمعاً ۹ عامل)	تعلق به سازمان، حس نوع دوستی، شهرت اجتماعی سازمان، مقابله‌به‌مثل، امید به آینده‌ی سازمان، عزت نفس، انتظار کمک از دیگران، تأیید و تصدیق دیگران، احساس مالکیت، به‌رخ‌کشیدن دانش (جمعاً ۱۰ عامل)	روابط دوستانه و صمیمی، اعتماد بین فردی، کسب موفقیت، صداقت و راستی، احساس مسئولیت تعهد و وفاداری، اعتقادات مذهبی، احترام، خودمدیریتی، عدالت در سازمان، منزلت اجتماعی، تطابق سازمان با خواسته‌ها، یادگیری، رشد و ترقی سازمان، سودمندی اشتراک دانش، لذت بردن از کمک به دیگران (جمعاً ۱۵ عامل)
محیط غیررسمی	کسب شهرت، ایمنی و بهداشت کار، کارچالشی، مناسب‌بودن سیاست‌ها، کسب مشاغل مدیریتی، حقوق و دستمزد، افزایش مسئولیت و اختیار (جمعاً ۷ عامل)	پاداش مالی، ترفیع شغلی، حمایت‌مدیریت، استقلال کاری، کیفیت مناسب مدیر و سرپرست، به‌رسمیت‌شناختن، پاداش غیرمالی (جمعاً ۷ عامل)	منزلت اجتماعی، تعلق به سازمان، امید به آینده‌ی سازمان، تطابق سازمان با خواسته‌ها، نوع‌دوستی، انتظار کمک از دیگران، خودمدیریتی، مقابله‌به‌مثل، عزت‌نفس، کسب موفقیت، سودمندی اشتراک دانش، لذت بردن از کمک به دیگران، یادگیری، شهرت اجتماعی سازمان، تأیید و تصدیق دیگران، احساس مالکیت، به‌رخ‌کشیدن دانش (جمعاً ۱۷ عامل)	احساس مسئولیت تعهد و وفاداری، جو دوستانه و صمیمی، اعتماد بین فردی، صداقت و راستی، عدالت در سازمان، احترام، اعتقادات مذهبی، رشد و ترقی سازمان، مشارکت در تصمیم‌گیری (جمعاً ۹ عامل)

نتایج مندرج در جدول (۷)، حاکی از آن است که کلیه عوامل انگیزشی درونی شناخته شده در اشتراک دانش در محیط تولیدی، در محیط تحقیقاتی نیز به عنوان عوامل انگیزشی در اشتراک دانش شناخته شده اند. همچنین در محیط تحقیقاتی، حدود ۶۰ درصد از عوامل انگیزشی درونی در اشتراک دانش مؤثرند؛ در حالی که در محیط تولیدی، تنها ۳۲ درصد از عوامل انگیزشی درونی در اشتراک دانش مؤثر بوده اند. تنها برخی از عوامل انگیزشی در هر دو محیط در اشتراک دانش مؤثرند و شاید بتوان ادعا نمود که این عوامل در اشتراک دانش در محیط های دیگر نیز مؤثر باشند. تعداد عوامل انگیزشی مؤثر در اشتراک دانش در محیط تحقیقاتی نسبت به محیط تولید بیشتر و متفاوت تر است. شاید بتوان ادعا نمود که هر چه افراد از نظر ذهنی پیچیده تر می شوند، نیازها متفاوت تر و عوامل انگیزشی متفاوتی روی اشتراک دانش آنها مؤثر است.

۳. مقایسه محیط تحقیقاتی و تولیدی از نظر شناسایی روش های اشتراک دانش مورد علاقه ی کارکنان:

با توجه به اینکه ۱۶ روش اشتراک دانش مورد پرسش قرار گرفت، تحلیل نتایج در هر یک از محیط های تحقیق نشان داد که برخی از این روش ها، مورد علاقه ی افراد و برخی دیگر به دلیل کسب میانگین کمتر از ۳ در آزمون تی و در سطح $p=0.05$ ، به عنوان روش های اشتراک دانش کمتر مورد علاقه، حذف گردیدند. نتایج مقایسه ی این عوامل در دو محیط تحقیقاتی و تولیدی، در جدول (۸) خلاصه شده است.

جدول ۸. مقایسه ی دو محیط از نظر روش های اشتراک دانش مورد علاقه ی کارکنان

روش های کمتر مورد علاقه	روش های مورد علاقه	
مستندسازی در فرم های کاغذی، مستندسازی در بانک های اطلاعاتی، داستان گویی، استادشاگردی، مصاحبه ی خروج، گردش کاری، کنفرانس و گردهم آیی (جمعاً ۷ روش)	کمک همتایان، مرور بعد از عملیات، مربیگری، اجتماعات کاری، آموزش حین خدمت، کارگروهی، برگزاری جلسه، سمینار، تعامل با فناوری اطلاعات (جمعاً ۹ روش)	مراکز تحقیقاتی
داستان گویی، آموزش حین خدمت، مربیگری، تعامل با فناوری اطلاعات، مستندسازی در بانک های اطلاعاتی، مستندسازی در فرم های کاغذی، کنفرانس و گردهم آیی، گردش کاری، سمینار (جمعاً ۹ روش)	استادشاگردی، کمک همتایان، اجتماعات کاری، برگزاری جلسه، مصاحبه ی خروج، مرور بعد از عملیات، کارگروهی (جمعاً ۷ روش)	تولیدی

جدول (۸)، نشان می‌دهد که در محیط تحقیقاتی حدود ۵۶ درصد از روش‌های اشتراک دانش مورد علاقه‌ی افراد می‌باشد؛ در حالی که در محیط تولیدی تنها ۵۰ درصد از روش‌های اشتراک دانش مورد علاقه‌ی افراد است. تنها، برخی از روش‌ها در هر دو محیط مورد علاقه‌ی افراد می‌باشند. روش‌های اشتراک دانش به نوع فعالیت سازمان‌ها وابسته است؛ چرا که روش‌های مورد علاقه در محیط‌های تحقیق، نشان‌دهنده‌ی روش‌هایی است که معمولاً در این نوع محیط‌ها به کار گرفته شده و افراد با آنها آشنایند. به‌عنوان مثال، در محیط تولید، روش استادشگردی مورد علاقه‌ی کارکنان بوده که این روش معمولاً در فعالیت‌هایی که نیاز به انتقال مهارت عملی دارند مورد استفاده قرار می‌گیرد. در مقابل، روش‌های گردهم‌آیی، سمینار و تعامل افراد در بستر فناوری اطلاعات، بیشتر با نوع فعالیت در محیط‌های تحقیقاتی هم‌گونی دارد که در محیط تحقیقاتی نیز مورد علاقه‌ی افراد است.

۴. مقایسه‌ی دو محیط مورد بررسی از نظر وضعیت متغیرها:

به‌منظور اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق در جامعه‌ی آماری، در هر دو محیط مورد بررسی از آزمون میانگین جامعه‌ی آماری استفاده نمودیم (مؤمنی و قیومی، ۱۳۸۶: ۹۴). نتایج نشان داد که در هر دو محیط، عوامل انگیزشی درونی و بیرونی و همچنین روش‌های مورد علاقه‌ی اشتراک دانش، بسیار کم به کار گرفته می‌شوند. همچنین تمایل افراد به اشتراک دانش در وضعیت مناسبی نبوده و رفتار اشتراک دانش نیز بسیار کم از سوی افراد سر می‌زند. (میانگین همه‌ی متغیرها، کمتر از ۳ (حد وسط نمرات طیف لیکرت) بودند. جدول (۹)، نتایج مقایسه‌ی اندازه‌ی این متغیرها را در دو محیط مورد بررسی نشان می‌دهد.

نتایج جدول (۹) حاکی از آن است که در محیط تحقیقاتی، تمایل به اشتراک دانش بیشتر بوده و همچنین رفتار اشتراک دانش از سوی افراد بیشتر سر می‌زند. در محیط تحقیقاتی، عوامل انگیزشی بیرونی بیشتر وجود داشته و روش‌های مورد علاقه‌ی کارکنان بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرد. تنها متغیری که در محیط تولیدی نسبت به محیط تحقیقاتی دارای وضعیت بهتری است، وجود عوامل انگیزشی درونی می‌باشد.

جدول ۹. نتایج مقایسه‌ی آزمون تی، برای متغیرهای اصلی در هر دو محیط مورد بررسی

ردیف	نام متغیر	تفاوت میانگین متغیر با حد وسط طیف لیکرت (۳)	
		محیط تحقیقاتی	محیط تولیدی
۱	رفتار اشتراک دانش	-۰/۵۷۹۹۲	-۰/۹۸۲۰۵
۲	تمایل به اشتراک دانش	-۰/۲۳۵۹۶	-۰/۳۸۸۳۱
۳	عوامل انگیزشی درونی	-۰/۰۸۱۱۸	-۰/۰۶۵۷۷
۴	عوامل انگیزشی بیرونی	-۰/۷۸۳۰۴	-۰/۹۳۷۳۱
۵	علاقه به روش‌های اشتراک دانش	-۱/۲۳۵۹۶	-۱/۵۴۶۸۱

۵. مقایسه‌ی مدل تحقیق در محیط تحقیقاتی و تولیدی با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاریافته (SEM):

جدول (۱۰)، متغیرهای تحقیق و نحوه‌ی اندازه‌گیری آنها را نشان می‌دهد. متغیرهای آشکار یا مشاهده‌شده، متغیرهایی هستند که به‌طور مستقیم در تحقیق، اندازه‌گیری شده‌اند. متغیرهای نهان، متغیرهایی هستند که به‌طور مستقیم اندازه‌گیری نشده و اندازه‌گیری متغیرهای آشکار به‌منظور تعیین اندازه‌ی آنها در مدل تحقیق، مورد استفاده قرار می‌گیرد (رندال و ریچارد، ۱۳۸۸: ۲۵۶).

همچنان که جدول (۱۰) نشان می‌دهد در اندازه‌گیری متغیرهای عوامل انگیزشی درونی و بیرونی و همچنین علاقه به روش‌های اشتراک دانش، تنها متغیرهایی مورد استفاده قرار گرفته‌اند که در مرحله‌ی اول تحقیق به‌عنوان، عوامل انگیزشی و روش‌های مورد علاقه شناخته شدند. به‌عبارتی، این متغیرها، شرایط فعلی و موجود عوامل انگیزشی و به‌کارگیری روش‌های مورد علاقه‌ی اشتراک دانش را در محیط‌های تحقیقاتی نشان می‌دهند. در زیر نتایج مقایسه‌ی مدل تحقیق در هر دو محیط ارایه می‌گردد:

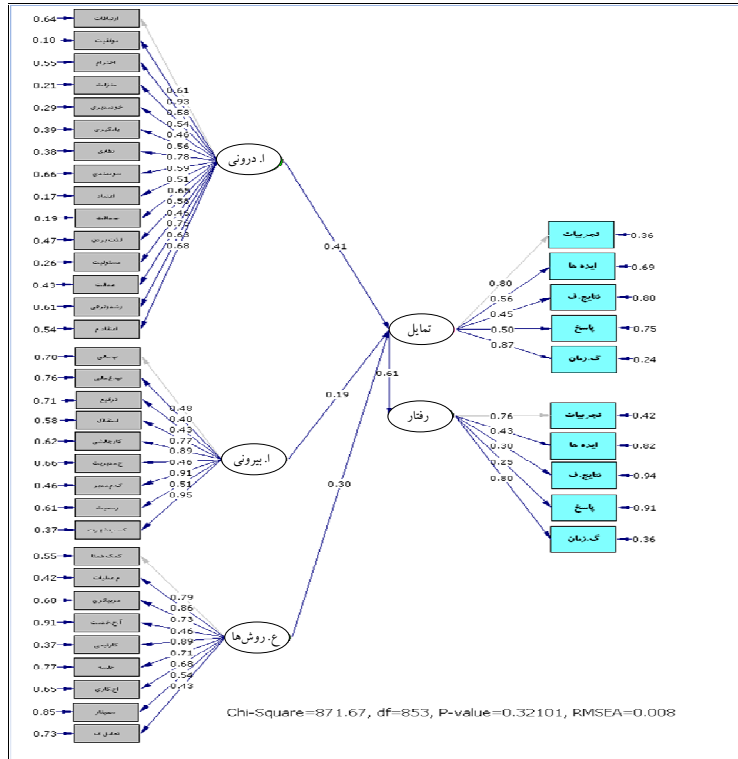
در هر دو محیط مورد بررسی، بین متغیرهای مشاهده‌شده و متغیر نهفته‌ای که توسط آن متغیرهای آشکار اندازه‌گیری شد، رابطه‌ی معنادار وجود دارد. تنها بین متغیر آشکار داشتن برنامه برای اشتراک دانش و متغیر نهفته‌ی رفتار اشتراک دانش، رابطه‌ی معنادار وجود نداشت که به‌منظور همگراشدن و اجرای مدل توسط نرم‌افزار لیزرل از مدل حذف گردید.

جدول ۱۰. نحوه‌ی اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق در هر دو محیط مورد بررسی

نحوه‌ی اندازه‌گیری	متغیرهای آشکار		متغیرهای نهفته
	محیط تولیدی	محیط تحقیقاتی	
هر یک از متغیرهای آشکار توسط یک پرسش با مقیاس ۵ گزینه‌ای لیکرت	ارتباط دوستانه و صمیمی، اعتماد، احترام، صداقت و راستی، احساس مسئولیت و تعهد و وفاداری، عدالت در سازمان، رشد و ترقی سازمان، اعتقادات مذهبی	ارتباط دوستانه و صمیمی، اعتماد، کسب موفقیت در کار، صداقت و راستی، احساس مسئولیت و تعهد و وفاداری، اعتقادات مذهبی، احترام، خودمدیریتی، عدالت در سازمان، منزلت اجتماعی، تطابق سازمان با خواسته‌ها، یادگیری، رشد و ترقی سازمان، سودمندی اشتراک دانش، لذت بردن از کمک به دیگران	عوامل انگیزشی درونی
هر یک از متغیرهای آشکار توسط یک پرسش با مقیاس ۵ گزینه‌ای لیکرت	ترفیع شغلی، استقلال کاری، پاداش مالی، پاداش غیرمالی، کیفیت مناسب مدیر یا سرپرست، حمایت مدیریت، به‌رسمیت‌شناختن، مشارکت در تصمیم‌گیری	ترفیع شغلی، استقلال کاری، پاداش مالی، پاداش غیرمالی، کیفیت مناسب مدیر یا سرپرست، کار چالشی، حمایت مدیریت، به‌رسمیت‌شناختن، کسب شهرت	عوامل انگیزشی بیرونی
هر یک از متغیرهای آشکار توسط یک پرسش با مقیاس ۵ گزینه‌ای لیکرت	علاقه به روش‌های: اجتماعات کاری، مرور بعد از عملیات، برگزاری جلسه، کمک همتایان، کار گروهی، استاد شاگردی، مصاحبه خروج	علاقه به روش‌های: اجتماعات کاری، مرور بعد از عملیات، برگزاری جلسه، آموزش حین خدمت، کمک همتایان، کار گروهی، مربیگری، سمینار، تعامل با IT	علاقه به روش‌های اشتراک دانش
براساس طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت	تمایل به اشتراک تجربه‌ها، تمایل به پاسخ‌دادن به سؤالات، تمایل به گذاشتن زمان (منجیت و کمال ^۱ ، ۲۰۱۱؛ دانگ و چائو ^۲ ، ۲۰۱۰؛ ریچاو و جاکوب ^۳ ، ۲۰۱۰؛ چن و هوانگ ^۴ ، ۲۰۱۰؛ ریو و همکاران ^۵ ، ۲۰۰۳؛ آجنز ^۶ ، ۲۰۰۲)	تمایل به اشتراک تجربیات، تمایل به اشتراک ایده و عقیده، تمایل به گزارش نتایج فعالیت‌ها، تمایل به پاسخ‌دادن به سؤالات، تمایل به گذاشتن زمان (منجیت و کمال ^۱ ، ۲۰۱۱؛ دانگ و چائو ^۲ ، ۲۰۱۰؛ ریچاو و جاکوب ^۳ ، ۲۰۱۰؛ چن و هوانگ ^۴ ، ۲۰۱۰؛ ریو و همکاران ^۵ ، ۲۰۰۳؛ آجنز ^۶ ، ۲۰۰۲)	تمایل به اشتراک دانش
براساس طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت	داشتن برنامه برای اشتراک دانش، اشتراک تجربیات، اشتراک ایده و عقیده، گزارش نتایج فعالیت‌ها، پاسخ‌دادن به سؤالات، گذاشتن زمان	داشتن برنامه برای اشتراک دانش، اشتراک تجربیات، اشتراک ایده و عقیده، گزارش نتایج فعالیت‌ها، پاسخ‌دادن به سؤالات، گذاشتن زمان	رفتار اشتراک دانش

1. Manjit, S. S. & Kamal, K. J
2. Dong, G. & Chau, G. L
3. Reychav, I. & Jacob, W
4. Chen, C. J. & Huang, S. W.
5. Ryu, S. , Ho, S. H. & Han, I.
6. Ajzen, I.

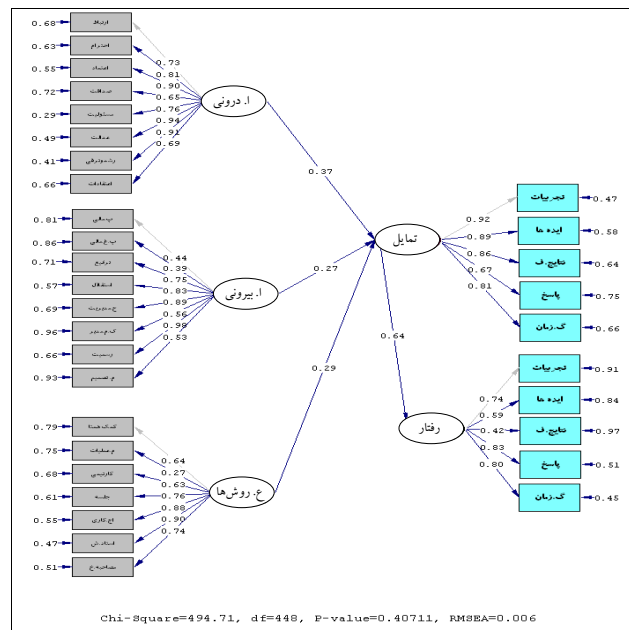
مدل تحقیق در حالت استاندارد برای هر دو محیط مورد بررسی به صورت نمودارهای (۱) و (۲) می‌باشند.



نمودار ۱. مدل تحقیق در حالت تخمین استاندارد پارامترها، در محیط تحقیقاتی

نمودارهای (۱) و (۲) نشان می‌دهند که فرضیه‌های تحقیق در هر دو محیط مورد تأیید قرار گرفته است. مدل نهایی تحقیق نشان می‌دهد که در هر دو محیط، نقش عوامل انگیزش درونی، نسبت به عوامل انگیزش بیرونی و علاقه به روش‌های اشتراک دانش، بیشتر در تمایل افراد به اشتراک دانش اثر می‌گذارند. علاقه به روش‌های اشتراک دانش نیز نسبت به عوامل انگیزش بیرونی تأثیر بیشتری در تمایل به اشتراک دانش دارند؛ به جز عوامل انگیزشی بیرونی که در محیط

تولیدی نسبت به محیط تحقیقاتی دارای تأثیر بیشتری در تمایل به اشتراک دانش می‌باشد. عوامل انگیزش درونی و علاقه به روش‌های اشتراک دانش در محیط تحقیقاتی نسبت به محیط تولیدی دارای تأثیر بیشتری در اشتراک دانش هستند. در محیط تولیدی نسبت به محیط تحقیقاتی، تمایل به اشتراک دانش بیشتر به بروز رفتار اشتراک دانش منجر خواهد شد.



نمودار ۲. مدل تحقیق در حالت تخمین استاندارد پارامترها، در محیط تولیدی

مدل در هر دو محیط مورد بررسی از برازش مناسبی برخوردار است و نتایج مقایسه‌ی شاخص‌های برازش مدل در جدول (۱۱) آمده است:
 جدول (۱۱) نشان می‌دهد که همه‌ی شاخص‌ها در هر دو محیط، از برازش خوبی برخوردار بوده و تنها شاخص CFI در محیط تحقیقاتی دارای برازش قابل قبول می‌باشد و در نتیجه مدل مفهومی تحقیق در هر دو محیط، مورد تأیید قرار می‌گیرد.

جدول ۱۱. نتایج برازش مدل‌ها در دو محیط مورد بررسی (کلانتری، ۱۳۸۸:۱۲۸)

شاخص برازش	محیط تحقیقاتی		محیط تولیدی	
	اندازه‌ی شاخص	ارزیابی شاخص	اندازه شاخص	ارزیابی شاخص
Chi-square	۸۷۱/۶۷	برازش خوب	۴۹۴/۷۱	برازش خوب
P- value	۰/۳۲۱۰۱	برازش خوب	۰/۴۰۷۱۱	برازش خوب
χ^2/df	۱/۰۲	برازش خوب	۴۸۸	برازش خوب
RMSEA	۰/۰۰۸	برازش خوب	۰/۰۰۶	برازش خوب
NFI	۰/۹۶	برازش خوب	۰/۹۷	برازش خوب
NNFI	۰/۹۹	برازش خوب	۰/۹۹	برازش خوب
CFI	۰/۹۶	برازش قابل قبول	۰/۹۷	برازش خوب
GFI	۰/۹۶	برازش خوب	۰/۹۷	برازش خوب

به‌جز روابط نشان داده‌شده در مدل تحقیق، هیچ‌گونه رابطه‌ی معنادار دیگری بین متغیرهای تحقیق وجود نداشت.

بحث و نتیجه‌گیری

پس از بررسی تحقیقات پیشین در خصوص عوامل مؤثر در اشتراک دانش، مشخص گردید که انگیزه به‌عنوان یک عامل مؤثر در اشتراک دانش و هم‌تراز با سایر عوامل، شناسایی شده است. تأکید عمده‌ی این مقاله، بر اهمیت ویژه‌ی عوامل انگیزشی نسبت به سایر عوامل مؤثر بر اشتراک دانش می‌باشد، به‌نحوی که سایر عوامل مؤثر بر اشتراک دانش به نوعی بر انگیزه‌ی افراد برای اشتراک دانش اثر می‌گذارند. بنابراین، نقش عامل انگیزه در اشتراک دانش، نیاز به بررسی جدی‌تر و دقیق‌تر موضوع دارد. در این مقاله، علاوه بر عوامل انگیزشی مؤثر بر اشتراک دانش، عامل علاقه به روش‌های اشتراک دانش نیز در کنار عوامل انگیزشی درونی و بیرونی به‌عنوان یک متغیر مؤثر در رفتار اشتراک دانش، به تشکیل یک مدل کاربردی اشتراک دانش منجر گردید. مدل تحقیق و فرضیه‌های آن، توسط مدل‌سازی معادلات ساختاری تأیید گردید. تحلیل نتایج تحقیق در جدول (۱۲) آمده است.

جدول ۱۲. تحلیل نتایج تحقیق

ردیف	تحلیل و نتایج تحقیق
۱	عوامل انگیزشی درونی، بیرونی و علاقه به روش‌های اشتراک دانش، به‌عنوان سه عامل کلیدی و مهم در بروز رفتار اشتراک دانش، ایفای نقش می‌نمایند؛ به نحوی که تأمین این عوامل به‌تنهایی، بیش از ۶۰ درصد رفتار عملی اشتراک دانش را از سوی کارکنان در پی خواهد داشت؛ به‌عبارت دیگر، افزایش یک واحدی مجموع این سه عامل، به میزان بیش از ۰/۶ واحد، رفتار عملی اشتراک دانش را افزایش خواهد داد.
۲	راه میان‌بر و سریع برای دست‌یابی به رفتار عملی اشتراک دانش، توجه به ترکیب این عوامل با یکدیگر می‌باشد. به‌عبارتی گرچه هر یک از عوامل، به‌تنهایی در بروز رفتار اشتراک دانش مؤثرند؛ اما ترکیب این عوامل و هم‌زمانی به‌کارگیری آنها با یکدیگر است که به‌شدت می‌تواند در سریع‌ترین زمان ممکن به بروز رفتار عملی اشتراک دانش منجر شود.
۳	عوامل انگیزشی درونی، نسبت به عوامل انگیزشی بیرونی، دارای تأثیر بیشتری در تمایل به اشتراک دانش است. پس از عوامل انگیزشی درونی، علاقه به روش‌های اشتراک دانش و در نهایت عوامل انگیزشی بیرونی در تمایل افراد به اشتراک دانش مؤثر می‌باشند.
۴	برخی عوامل انگیزشی که در تحقیقات صورت‌پذیرفته در حوزه‌ی اشتراک دانش، به‌عنوان عوامل انگیزشی و مؤثر در رفتار اشتراک دانش شناخته شده‌اند، در این تحقیق، به‌عنوان عامل مؤثر در اشتراک دانش شناخته نشده‌اند.
۵	برخی از عواملی که نظریه‌های مختلف انگیزشی به آنها اشاره دارد، در این تحقیق به‌عنوان عامل انگیزشی مؤثر در اشتراک دانش مورد تأیید قرار نگرفتند.
۶	عوامل انگیزشی در افراد مختلف با: درآمد مختلف، تحصیلات مختلف، شرایط زندگی مختلف، شرایط کاری مختلف و... متفاوت است و این عوامل از دید افراد مختلف دارای اهمیت و اولویت یکسانی نیستند، برخی از آنها دارای اهمیت بالا و برخی بسیار بی‌اهمیتند.
۷	تنها برخی از روش‌های اشتراک دانش، مورد علاقه‌ی کارکنان می‌باشند. بنابراین، به‌کارگیری همه‌ی روش‌های اشتراک دانش به بروز رفتار اشتراک دانش از سوی کارکنان منجر نخواهد شد.
۸	علاقه افراد یک سازمان به روش‌های اشتراک دانش، ارتباط مستقیمی با افراد آن سازمان دارد به‌عبارتی گرچه ممکن است در تحقیقات مختلف برخی روش‌ها در محیط‌های متفاوت، به‌طور مشابه مورد علاقه‌ی افراد باشند، اما نمی‌توان روش‌هایی را که در یک سازمان به‌عنوان روش‌های مورد علاقه‌ی اشتراک دانش شناخته شده‌اند، در سازمان دیگری به‌کار گرفت و توقع داشت که رفتار اشتراک دانش نیز در آن سازمان همانند سازمان قبلی انجام گیرد.
۹	نوع روش‌های اشتراک دانش مورد علاقه، به نوع فعالیت سازمان مربوط می‌شود. به‌عبارتی، افراد، به روش‌های اشتراک دانشی علاقه‌مند هستند که ماهیتاً به نوع فعالیت آنها در سازمان برمی‌گردد. به‌عنوان مثال، در این تحقیق، در محیط تولیدی روش استادشاگردی و در محیط تحقیقاتی روش اجتماعات کاری دارای بالاترین اولویت‌ها شده‌اند.
۱۰	کلیدی فرضیه‌های تحقیق با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری مورد تأیید قرار گرفت. تأیید فرضیه‌ها در محیط‌های مختلف، نشان‌دهنده‌ی تأیید بهتر مدل تحقیق می‌باشد.
۱۱	مدل، در هر دو محیط از برازش مناسبی برخوردار بود و نشان داد که داده‌های تجربی، مدل تدوینی این تحقیق را به‌طور شایسته‌ای حمایت می‌کنند.

اشتراک دانش - به عنوان یکی از مراحل حیاتی مدیریت دانش - نیازمند شناسایی دقیق عوامل مؤثر بر آن و میزان تأثیر هر یک از آنها بر رفتار اشتراک دانش است که این مهم باید تحت یک مدل جامع رفتار اشتراک دانش طراحی و تدوین شود. در این تحقیق، مدل کاربردی و دقیقی در خصوص رفتار اشتراک دانش با معرفی دو عامل بسیار مؤثر بر اشتراک دانش، تدوین و مورد آزمون در دو محیط با فعالیت‌های متفاوت قرار گرفت؛ اما آنچه را که به عنوان مکمل این تحقیق در آینده می‌توان به انجام رساند به عنوان پیشنهاد برای تحقیقات آینده در جدول (۱۳) ارائه می‌شود:

جدول ۱۳. پیشنهاد برای تحقیقات آینده

شرح پیشنهاد	ردیف
شناسایی دقیق سایر عوامل مؤثر بر رفتار اشتراک دانش در محیط‌های تحقیق مختلف	۱
تدوین مدل جامع اشتراک دانش و تعیین میزان اهمیت و نقش عوامل مؤثر در بروز رفتار اشتراک دانش	۲
بررسی روش‌های مختلف اشتراک دانش و تدوین مدل، برای به‌کارگیری روش‌های اشتراک دانش در فعالیت‌های مختلف سازمان‌ها و شناسایی بهترین روش ممکن برای اشتراک دانش هر فعالیت	۳

فهرست منابع

- اخوان، پیمان و باقری روح ا... (۱۳۸۹). مدیریت دانش از ایده تا عمل. تهران: انتشارات آتی نگر.
- افجه، سیدعلی‌اکبر (۱۳۸۵). مبانی فلسفی و تئوری‌های رهبری و رفتار سازمانی، ج ۳، تهران: سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- رابینز، استیفن پی. (۱۳۸۷). مبانی رفتار سازمانی. ترجمه علی پارساییان و سیدمحمد اعرابی، ج ۲۰، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ بیستم.
- رضاییان، علی (۱۳۸۴). مبانی مدیریت رفتار سازمانی. ج ۶، سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- رنдал ای. شوماخر و ریچارد جی. لومیکس (۱۳۸۸). مقدمه‌ای بر مدل‌سازی معادله‌ی ساختاری. ترجمه‌ی وحید قاسمی، انتشارات جامعه‌شناسان.
- کلاترئی، خلیل (۱۳۸۸). مدل‌سازی معادلات ساختاری در تحقیقات اجتماعی - اقتصادی. انتشارات فرهنگ صبا.
- مؤمنی، منصور و فعال قیومی، علی (۱۳۸۶). تحلیل آماری با استفاده از spss. تهران: انتشارات کتاب نو.
- Ajzen, I. (2002). **Constructing a TBP Questionnaire: Conceptual and Methodological Consideration**, <http://people.umass.edu/ajzen/pdf/tbp.measurment.pdf>.
- Barachini, F. (2009). Cultural and Social Issues for Knowledge Sharing, **Journal of Knowledge Management**, Vol. 13, No. 1, pp.98-110.
- Bock, G. W. & Kim, Y. G. (2002). Breaking the Myths of Rewards: An Exploratory Study of Attitudes About Knowledge Sharing, **Information Resources Management Journal**, Apr-June, pp. 14-21.
- Bock, G. W., Zmud, R. W., Kim, Y.G. & Lee, L. N. (2005). Behavioral Intention Formation in Knowledge Sharing: Examining the Roles of Extrinsic Motivators, Social-psychological Forces, and Organizational Climate, **MIS Quarterly**, Vol. 29 No. 1, pp. 87-111.
- Cabrera, A., Collins, W. C. & Salgado, J. F. (2006). Determinants of Individual Engagement in Knowledge Sharing, **International Journal of Human Resource Management**, Vol.17No.2, pp. 245-264.
- Chen, C. J. & Huang, S. W. (2010). To Give or to Receive? Factors Influencing Member's Knowledge Sharing and Community Promotion in Professional Virtual Communities, **Information and Management**, Vol. 47, pp. 226-236
- Chun, L. & Mei, C. (2009). **Factors Affecting Teachers, Knowledge Sharing Behaviors and Motivation: System Functions that Work**, National Changsha University of Education, Taiwan. E-mail: ann6688@cht.com.tw.
- CIDA, (2003). **Knowledge Sharing: Methods, Meeting s and Tools**, Hand Book, Canadian International Development Agency.
- Cruz, N. M., Perez V. M. & Cantero, C. T. (2009). The Influence of Employee Motivation on Knowledge Transfer, **Journal of Knowledge Management**, Vol. 13 No. 6, pp. 478-490.

- Dong, G. & Chau, G. L. (2010). Knowledge Sharing Intention in Vietnamese Organizations, **The Journal of Information and Knowledge Management Systems**, Vol. 40 No 34.
- Gagne, M. (2009). A Model of Knowledge Sharing Motivation, **Human Resource Management**, Vol. 48, No. 4, pp. 571-589.
- Hansen, M. T. (2002). Knowledge Networks: Explaining Effective Knowledge Sharing in Multiunit Companies, **Organization Science**, Vol. 13, pp.48-232.
- Harder, M. (2008). How do Rewards and Management Styles Influence the Motivation to Share Knowledge? **In SMG Working Paper**, No. 6.
- Hendriks, P. (1999). Why Share Knowledge? The Influence of ICT on the Motivation for Knowledge Sharing, **Knowledge and Process Management**, Vol. 6, No. 2, pp. 91-100
- Ipe, M. (2003). Knowledge Sharing in Organizations: A Conceptual Framework, **Human Resource Development Review**, Vol. 2, No. 4, pp. 337-59.
- Lemetyinen, M. (2007). **Factors Influencing Knowledge Sharing in Professional Serving**, Swedean Schools of Economic and Business Administration.
- Li, R. Y. M. & Poon, S. W. (2009). Future Motivation in Construction Safety Knowledge Sharing by Means of Information Technology in Hong Kong, **Journal of Applied Economic Sciences**, Vol. 4, No.3.
- Manjit, S. S. & Kamal, K. J. (2011). Knowledge Sharing Among Public Sector Employees, **International Journal of Public Sector Management**, Vol. 4, No. 3.
- Nonaka, I. (1994). A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation, **Organization Science**, Vol. 5, No. 1, p. 14.
- Polani, M. (1996). **The Tacit Dimension**, Garden City New York: Double day & Company, Inc.
- Prodromos, D. C. & Vrimaki, E. (2009). Knowledge Sharing Behavior of Bank Employees in Greece, **Business Process Management Journal**, Vol. 15, No. 2, p. 245.
- Reychav, I. & Jacob, W. (2010). Bridging Intention and Behavior of Knowledge Sharing, **Journal of Knowledge Management**, Vol. 14, No. 2, pp.285 – 300.
- Ryan, R. M & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Direction, **Contemporary Educational Psychology**, Vol. 25, pp. 54-67.
- Ryu, S., Ho, S. H. & Han, I. (2003). Knowledge Sharing Behavior of Physicians in Hospitals, **Expert Systems with Applications**, Vol. 25, No. 1, pp. 113-122.
- Sylvio, C. & Choo, W. C. (2010). The Individual and Social Dynamics of Knowledge Sharing: An Exploratory Study, **Journal of Documentation**, Vol. 66, No. 6, pp.824-846.
- Weng C. L. & Cgen, L. F. (2000). The Effect of Different Motivation Factors on Knowledge Sharing Intention to and Behavior, National Central University and National Taipei University, Taiwan, Social Behavior and Personality: **An International Journal**.
- Yakhlef, A., Sié, L. & Julien, P. (2009). **The Effects of Rewards on the Motivation of Experts to Transfer their Knowledge**, Article Accepted by the 8th EURAM (European Academy of Management) Conference, 14th - 17th May, Ljubljana and Bled Slovenia.