

نقش تعدیل کننده اخلاق کاری بر تأثیر گذاری تسهیم دانش بر کار آفرینی سازمانی

غزاله از لگینی^۱، مهدی خیراندیش^۲، ناصر عسگری^۳، هادی حسینی فر^۴

چکیده

تحقیق حاضر با عنوان تأثیر تسهیم دانش بر کار آفرینی سازمانی با مطالعه نقش تعدیل کننده اخلاق کاری در موسسه اعتباری توسعه می باشد. در مراحل اولیه، ادبیات نظری و مطالعات و تحقیقات انجام شده در رابطه با موضوع تحقیق مورد بررسی قرار گرفت و فصل ادبیات تحقیق با استفاده از اطلاعات جمع آوری شده، نگاشته شد. سپس به منظور اندازه گیری متغیرهای تحقیق از روش میدانی و از ابزار پرسش نامه استفاده گردید. سپس پرسش نامه ها در بین افراد نمونه آماری تحقیق که شامل ۲۱۰ نفر از کارکنان حوزه های مختلف سازمان بوده اند، توزیع گردید. در بررسی فرضیه اصلی تحقیق مشخص گردید که متغیر تعدیل کننده اخلاق کاری نیز وارد مدل گردید. این متغیر را می توان تعدیل کننده رابطه میان دو متغیر کار آفرینی سازمانی و تسهیم دانش در این سازمان در نظر گرفت. به گونه ای که میزان همبستگی بین متغیرهای فوق ۰٫۸۹۵ در مدل دوم می باشد و در سطح بالایی می باشد. همچنین ضریب تعیین بیانگر این است که ۰٫۸ درصد از تغییرات متغیر وابسته مؤلفه کار آفرینی سازمانی توسط متغیر مستقل تسهیم دانش پوشش داده می شود.

کلید واژه ها: نقش تعدیل کننده اخلاق کاری، تسهیم دانش، کار آفرینی سازمانی، موسسه اعتباری توسعه

۱ کارشناسی ارشد، مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد الکترونیکی

۲ استادیار دانشکده مدیریت دانشگاه هوایی شهید ستاری، تهران، ایران

۳ استادیار دانشکده مدیریت دانشگاه هوایی شهید ستاری، تهران، ایران

۴ کارشناس ارشد الهیات- علوم قرآنی و حدیث، دانشگاه پیام نور تهران جنوب، تهران، ایران

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۱۱/۱۰

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۳۹۵/۱۱/۳۰

نویسنده مسئول مقاله: غزاله از لگینی

E-mail: gh.ezLegini@gmail.com

مقدمه

اقتصاد جهانی در شرف تحول و ایجاد تغییرات ژرف و اساسی قرار دارد. شرایط محیطی و قواعد بازی رقابت به حدی بی‌رحم، پیچیده، پویا و نامطمئن هستند که سازمان‌ها دیگر نمی‌توانند تنها با تغییرات روبنایی مثل تغییر روش‌ها، سیستم‌ها، ساختار، فناوری و ... حیات و بقای بلندمدت خود را تضمین کنند. امروزه با توجه به رقابت شدید جهانی، سازمان‌هایی قادر به حفظ رقابت در عرصه کسب و کار خواهند بود که از روش‌های خلاقانه، نوآور و کارآفرین برای ارتقای بازدهی، رضایت و کیفیت استفاده کنند تا بتوانند گوی سبقت را از دیگر رقبا کسب کنند (آقاچانی، پاکدین امیری و الیکایی، ۱۳۸۶). افراد تحصیل کرده کارآفرین نقش مهمی در حرکت چرخ‌های توسعه اقتصادی به‌عهده دارند و منشاء تحولات بزرگ در زمینه‌های صنعتی، تولیدی و خدماتی در سطح سازمان‌ها محسوب می‌گردند (دونه^۱، ۲۰۰۰). امروزه توانایی و تمایل افراد در تسهیم دانش امری پر اهمیت برای سازمان می‌باشد به‌طوری که یکی از محدودیت‌های حیاتی مدیران در سازمان عدم توانایی و عدم تمایل در تسهیم و توزیع دانش جدید و در بین کارکنان است. در واقع اهمیت مدیریت دانش برای کسب مزیت رقابتی در دهه‌های اخیر مورد توجه بسیاری از صاحب نظران واقع شده است. با جایگزین شدن کارگر دانشی قرن ۲۱ به جای کارگر دستی قرن ۲۰ (دراکر، ۱۹۹۳)، کاربرد مدیریت دانش و تسهیم دانش به‌طور گسترده‌ای مورد توجه قرار گرفت و به عنوان منبعی مهم برای کسب مزیت‌های رقابتی معرفی شد (هال و ساپس، ۲۰۰۵) هدف نهایی از تسهیم دانش کارکنان، تلاش برای انتقال و تبدیل تجربیات و دانش همه افراد به دارایی‌ها و منابع سازمانی، به منظور افزایش و پیشبرد اثربخشی سازمانی است . سالوپک (۲۰۰۰) می‌گوید: اگر خواهان این هستیم که افراد در سازمان آن چه را که یاد می‌گیرند تسهیم کنند باید شرایطی در سازمان فراهم و ایجاد شود که در آن، تسهیم شرایط نتیجه مزیت فردی باشد . برنامه‌های انگیزشی، شامل پاداش‌های درونی، بیرونی و اجتماعی است که باید ایجاد و توسعه داده شوند. این برنامه‌ها و پاداش‌ها موجب افزایش خلق دانش، تسهیم، انتقال و به کارگیری دانش می‌شوند. کارکنان هم زمان باید این واقعیت را آموزش ببینند که پاداش‌ها فقط برای تسهیم دانش نمی‌باشد.

کارکنان نه تنها باید دانش خود را پس از تسهیم حفظ کنند، بلکه هم چنین باید یک درون داد مرتبط با دانش تسهیم شده را از گروه یا طرف‌های دیگر دریافت نمایند. تسهیم دانش به عنوان یک فعالیت پیچیده ولی ارزش آفرین، بنیاد و پایه بسیاری از استراتژی‌های مدیریت دانش سازمانها می‌باشد، لذا لازم است به همان میزان که این موضوع در موفقیت سازمان برای مزیت رقابتی موثر است به شناخت و حذف و یا محدود کردن موانع آن در جهت ایجاد زمینه مناسب‌تر برای تسهیم دانش اقدام نمود (ریگ^۱، ۲۰۰۵). از طرفی دانشمندان معتقدند که صرف داشتن دانش فنی و تکنولوژی و تسهیم آن، به ثروت، رفاه و سود اقتصادی تبدیل نمی‌شود مگر با وجود افراد کارآفرین و خلاق که با خلاقیت و نوآوری که شیوه‌های ناکارآمد قبلی را تخریب نموده و روش‌های جدید را به وجود آورند. به بیان دیگر، چرخه‌های توسعه اقتصادی همواره با توسعه کارآفرینی به حرکت در می‌آید و کارآفرینی موتور رشد و توسعه است (گومز و همکاران، ۲۰۰۵). بنابراین مبدل شدن به سازمانی یادگیرنده به عنوان یک استراتژی مؤثر در بهبود عملکرد و توسعه کسب و کار به نظر می‌رسد که با نوآور پذیری و نوآور بودن تعامل ارتباط تنگاتنگ دارد. به عبارتی دیگر با عنایت به پیچیدگی و رقابت رو به رشد موجود در دنیای امروز که البته با تحولات سریع محیط بین الملل و گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی و نیز تغییر اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی همراه است از کارآفرینی به عنوان موتور محرک توسعه اقتصادی یاد می‌شود. زیرا می‌تواند باعث رشد و توسعه اقتصادی کشورها، افزایش بهره‌وری، ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی شود (احمد پور و دیگران ۱۳۸۳). خوشبختانه در محافل علمی کشور در طی دو، سه سال اخیر، مقوله کارآفرینی مورد توجه ویژه و گسترده‌ای قرار گرفته است؛ ولی متاسفانه با تمام تلاش‌ها و باورهای صورت گرفته، به دلیل عدم وجود یک برنامه منسجم و کاربردی، موضوع عملیاتی شدن بسیاری از ایده‌های کارآفرینی در کشور به چالش کشیده شده است. پر واضح است که برای نیل به این مهم و برون رفت از وضعیت کنونی باید به نقش نوآوری و خلاقیت و موانع و راه کارهای برطرف کردن این موانع در بحث کارآفرینی، بسیار دقت و توجه شود و نسخه‌های علمی و عملی متناسب با ساختار اداری اقتصادی کشور فراهم گردد. از طرفی دیگر هنوز تحقیقی در خصوص تأثیر تسهیم دانش بر

کارآفرینی سازمانی هنوز مورد بررسی قرار نگرفته است.

تسهیم دانش در سازمان و نهادینه نمودن آن و همچنین افزایش روحیه کارآفرینی سازمان در کارکنان نیازمند وجود فرهنگ مناسب سازمانی می‌باشد. نتایج تحقیقات کارشناسان نشان می‌دهد وقتی فرهنگ کار ضعیف باشد، ظرفیت کار نیز افت شدید کرده و حس مسئولیت پذیری و مشارکت سازمانی کارکنان در سازمان کم‌رنگ خواهد شد. بنابراین لازم است ضعف فرهنگ و اخلاق کار مناسب در جامعه به عنوان یک مسئله اجتماعی و اقتصادی تلقی گردد و برای شناسایی بهتر وضع موجود از نظر فرهنگ و اخلاق کار و عوامل موثر بر آن مطالعه و بررسی علمی صورت گیرد. نتایج سمینارها و همایش‌ها در خصوص فرهنگ کار و بهره‌وری نیز نشان می‌دهد که اخلاق و فرهنگ کار در ایران ضعیف است و به یک به عنوان یک قاعده اخلاقی و (کار شدید و شرافتمندانه) ضرورت اجتماعی تبدیل شده است. چرا که فرهنگی و درونی شده، کمتر پذیرفته شده است. به عبارتی جوامع در حال توسعه از جمله ایران، شدیداً از میزان پایین اخلاق کار و نبود فرهنگ کار مناسب در رنج است. (معیدفر، ۱۳۸۰)

امروزه محققین توسعه و جامعه‌شناسان بر این عقیده‌اند که متغیر سرمایه انسانی سهم اساسی و بنیادی در بهره‌وری دارد (تودار؛ ۱۳۶۴). در این میان پیچیده‌تر شدن روزافزون سازمان‌ها، توجه مدیران و صاحب‌نظران را به بحث اخلاق کار و مدیریت معطوف ساخته است. بدون شک برای تجزیه و تحلیل و ارتقاء اخلاق کار در سازمان‌ها شناخت عوامل موثر بر ارتقاء فرهنگ و اخلاق کار و بررسی اخلاق، فرهنگ و وجدان کار امری ضروری است. این موضوع تاکنون در جوامع مختلف مورد بررسی قرار گرفته است (تحلیل مقایسه‌ای این موضوع نشان می‌دهد که بسته به میزان توسعه علمی، اجتماعی و فرهنگی جوامع، اخلاق و فرهنگ کار تغییر می‌کند). از سویی دیگر اخلاق کار، یک هنجار فرهنگی است که به انجام کار مناسب و خوب در جامعه یک ارزش معنوی مثبت می‌دهد و بر این باور است که کار فی نفسه دارای یک ارزش ذاتی است. یکی از جلوه‌های اخلاق کار بالا این است که مشارکت کارکنان در سازمان افزایش یابد. برای بالا بردن مشارکت کارکنان لازم است که بر نگرش، انگیزش و عملکرد کارکنان به شکل منطقی برخورد شود. یعنی با اندازه پذیر کردن میزان نگرش، انگیزش و عملکرد آنها، زمینه‌های ایجاد انگیزش، نگرش و عملکرد مطلوب شناسایی و اجرا گردد. چرا که حرکت شتابنده به سمت شکوفایی اقتصادی، تلاش در جهت افزایش میزان اخلاق و فرهنگ کار کارکنان و عوامل موثر بر آن، زمینه استفاده مفید و موثر از منابع انسانی و مادی را فراهم می‌کند و آثار مطلوبی در

بعد بهره‌وری و کسب مزیت رقابتی دارد. تقریباً این نگرش عمومی در میان صاحب‌نظران و مسئولین جامعه وجود دارد که در جامعه ما تعهد و اخلاق کاری و یا فرهنگ کار ضعیف‌تر از کشورهای توسعه یافته است و در سطح پایین‌تری قرار دارد. گریز از محل کار، بی‌انگیزگی، اتلاف وقت در محل کار، بهره‌وری پایین، پایین بودن ساعات مفید کار و سرگردانی ارباب رجوع در مراجعه به سازمان‌ها و ادارات همه و همه نشان از ضعف اخلاق کار در جامعه ما هستند (معیدفر، ۱۳۸۰). حال با توجه به نیروی آشکار و نمایان برای تغییر سازمانی و جامعه جهانی، نیاز به رهبری متفاوت‌تر به وجود آمده است که خواسته‌های جدیدی را مورد تأکید قرار می‌دهد. در واقع پاسخ به این خواسته‌ها، مستلزم نوعی تغییر شکل سازمانی گسترده به سوی پارادایم سازمان یادگیرنده و کارآفرینی سازمانی است. افراد در چنین سازمان‌هایی توانمند هستند و صلاحیت دست‌یابی به چشم‌انداز روشن سازمانی را دارند. وجود رهبری تحول‌آفرین در چنین سازمان‌هایی مستلزم تغییر و تحول و موفقیت مستمر می‌باشد. در مجموع اهمیت و ضرورت تحول‌گرایی در سازمان آن‌چنان است که می‌تواند برای سازمان‌ها، انسانیت و برای اجتماع، فعالیت و برای محیط، مسئولیت را به ارمغان آورد (گیبونز^۱، ۲۰۰۱).

بنابراین تحقیق حاضر می‌تواند در جهت حصول این خواسته در سازمان باشد. در واقع این تحقیق در جهت نشان دادن تأثیری است که نظام اشتراک‌گذاری اطلاعات در بستر جو اخلاقی سازمان می‌تواند بر پارادایم کارآفرینی سازمانی داشته باشد، می‌باشد. از طرفی با افزایش رقابت در صنعت بانکداری و شباهت خدمات بانک‌ها، این مسئله بسیار مهم نشان داده می‌شود که بانک‌ها عواملی را شناسایی کنند که با توجه به تغییرات شتابان این صنعت، آنها را در جهت ایجاد تمایز و کارآفرینی سازمانی یاری کند. بنابراین نیاز به وجود چنین تحقیقی در موسسه توسعه بسیار احساس می‌شد. با توجه به تأکید موسسه اعتباری توسعه، انجام این پژوهش می‌تواند زمینه گام مهمی در راستای سیاست‌های سازمان باشد و نیز خلا پژوهشی تحقیقات کارآفرینی در این موسسه را تکمیل نماید.

مروری بر مبانی نظری

عبارت است از مجموعه رفتارهایی که شامل تبادل دانش و اطلاعات و کمک کردن به دیگران در این خصوص است. تسهیم دانش، شبیه رفتارهای شهروند سازمانی است که به طور اختیاری و داوطلبانه در سازمان‌ها انجام می‌شود. یکی از شیوه‌های اندازه‌گیری مدیریت دانش، توسط میزان تسهیم دانش (شامل دانش آشکار و ضمنی) است که در سازمان‌ها انجام می‌شود. (شیللیگو^۱؛ ۲۰۰۷). یکی از چالش‌های اصلی فرایند تسهیم دانش، واداشتن افراد به اشتراک گذاری آنچه که می‌دانند، می‌باشد (لی و همکاران، ۲۰۰۵). اما میان انتقال دانش در سازمان با تسهیم دانش تفاوت‌هایی وجود دارد. انتقال دانش زمانی اتفاق می‌افتد که یک متخصص دانش را برای یک تازه‌کار، به عنوان مثال زمانی که یک مشاور با کاربران برای پیاده‌سازی یک سیستم برنامه‌ریزی منابع سازمان همکاری می‌کند را فراهم می‌کند. اشتراک گذاری دانش شبیه به انتقال دانش است، اما واژه به اشتراک گذاری، اغلب به تبادل دانش بدون اینکه هدف مشخص را دنبال کند، اطلاق می‌گردد. اگرچه انتقال فرد به فرد ممکن است نسبتاً ناکارآمد باشد، ولی زمانی که هدف در نظر گرفته شده برای انتقال روشن و واضح باشد، می‌توان آن را بسیار موثر قلمداد کرد (ویلیام و کینگ، ۲۰۰۸). افراد به صورت ذاتی انگیزه به اشتراک دانش دارند اگر باور داشته باشند که کارشان جهت کمک به حل مشکلات دیگران معنی دار و جالب می‌باشد و این با ذات انسان که از کمک به دیگران و عشق به آنها لذت می‌برد، همخوانی دارد (لین و همکاران، ۲۰۰۸).^۴ اعتماد افراد به دیگران عمدتاً برپایه میزان صداقت، انصاف، مسئولیت، تعهد، پشتکار و بهره‌وری می‌باشد. به طور کلی، نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که افزایش اعتماد میان کارکنان موجب بهبود شانس اشتراک دانش در سازمان می‌گردد (پورتر، ۲۰۱۰).^۵ در این تحقیق از مدل دیکسون جهت انجام تحقیق استفاده شده است. دیکسون معتقد است که انتخاب یک فرآیند تسهیم دانش مناسب در یک سازمان به عواملی مانند: نوع دانش (صریح یا ضمنی)، روش معمول و

1 Schilligo

2 Lee et al.

3 William R. King

4- Lin et al.

5- Porter

فراوانی فرآیند تسهیم دانش و گیرنده دانش (فرد، گروه و یا کل سازمان) بستگی دارد (بردی، ۲۰۰۲). دیکسون پنج مکانیزم برای انتقال دانش پیشنهاد می‌دهد که عبارتند از: انتقال ترتیبی، آشکار، پنهان، استراتژیک و کارشناسی.

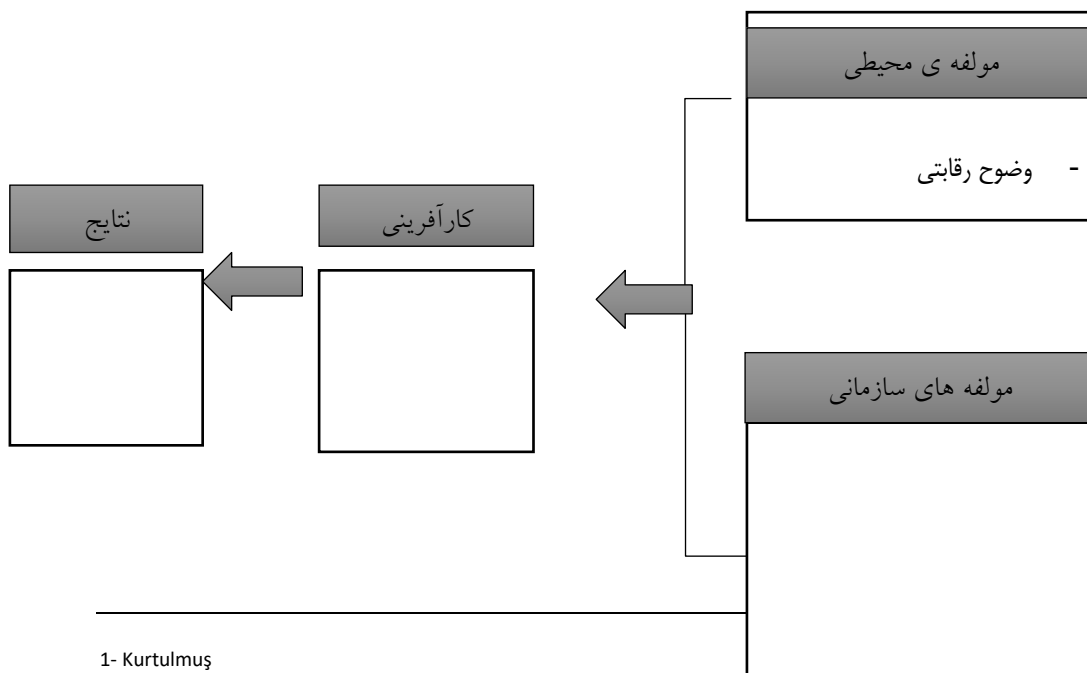
انتقال ترتیبی زمانی رخ می‌دهد که گروه مشابهی از کارکنان، کار مشابهی را یک بار دیگر با به کارگیری دانش خودشان انجام می‌دهند، همچنین فرآیندی است که دانش منحصر به فردی که هر فرد به هدست آورده است را در درون یک گروه منتقل می‌کند، به طوری که دانش می‌تواند برای کل گروه معنی و مفهوم پیدا کند. انتقال آشکار زمانی رخ می‌دهد که گروهی از کارکنان، همان کاری را انجام می‌دهند که گروهی قبلاً با به کارگیری دانش گروهی دیگر انجام داده است. ماهیت کار گروه، تکراری و یکنواخت است. انتقال پنهان زمانی اتفاق می‌افتد که گروهی از کارکنان، کار مشابهی را با به کارگیری دانش گروه دیگر، در بافتی دیگر انجام دهد. ماهیت کار گروه، تکراری و غیر یکنواخت است. انتقال استراتژیک زمانی رخ می‌دهد که یک گروه، مسؤلیت کاری که به ندرت اتفاق می‌افتد یا یک پروژه استثنایی را بر عهده می‌گیرد و می‌خواهد از تجربه دیگران در درون سازمان که کار مشابهی را انجام داده‌اند، استفاده کند. نوع دانشی که منتقل می‌شود می‌تواند هم آشکار و هم پنهان باشد. انتقال کارشناسی زمانی رخ می‌دهد که دانش عمومی و آشکار از یک منبع کارشناسی درون و یا بیرون سازمان به منظور توانمند کردن گروه برای حل مسائل جدید با روش‌ها و دانش جدید منتقل می‌شود (دیکسون، ۲۰۰۰).

کارآفرینی سازمانی

ژوزف شومپیتر با ارائه نظریه توسعه اقتصادی خود در سال ۱۹۳۴ که همزمان با دوران رکود بزرگ اقتصادی بود، موجب شد تا نظر او در خصوص نقش محوری کارآفرینان در ایجاد سود، مورد توجه قرار گیرد و به همین دلیل وی را (پدر کارآفرینی) لقب داده‌اند. از نظر وی کارآفرین نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی است و نقش کارآفرینی عبارت است از نوآوری یا ایجاد ترکیب‌های تازه از مواد.

کورتوموس^۱ (۲۰۱۵) بیان می‌کند که اصطلاح کارآفرینی به معنای راه و روش تفکر، استدلال و اقدام در جهت خلق فرصت می‌باشد. در واقع کارآفرینی مفهومی پیچیده‌تر از شروع یک کسب و کار جدید می‌باشد. می‌توان کارآفرینی را فرآیندی تعریف کرد که در آن فرد با توسعه ایده خود، مدیریت ریسک، یادگیری فرآیندها و گرفتن ابتکار عمل در دست به ایجاد و توسعه یک کسب و کار جدید دست می‌زند (کورتوموس، ۲۰۱۵). راج و همکاران^۲ (۲۰۰۹) کارآفرین را به عنوان شخصی فرصت طلب که نگاهی به چشم انداز پیش رو دارد و با معرفی محصولات و خدمات جدید قبل از سایر رقبا اقدام به پیش بینی در خصوص آینده می‌کند، تعریف می‌کند. در تحقیق حاضر بنا بر نظر متخصصان سازمانی جامعه آماری و به دلیل رعایت تناسب و موضوعیت بیشتر با مقوله عوامل سازمانی، از مدل کارآفرینی سازمانی آنتونیک و هیسریچ می‌باشد. مدل کارآفرینی سازمانی آنتونیک و هیسریچ به صورت کلی به صورت شکل زیر می‌باشد.

شکل: مدل کارآفرینی آنتونیک و هیسریچ (علی اکبر فرهنگی، ۱۳۸۶، ۵۱۳)



1- Kurtulmuş

2- Rauch et al.

جهت بررسی این مدل، سه مولفه اصلی کسب و کار جدید، نوآوری در محصول و خدمات و نوآوری تعریف می‌گردد که در فرآیند در این تحقیق استفاده می‌شود. کسب و کار جدید، واحدهای جدید ویژگی برجسته کارآفرینی درون سازمانی است که می‌توانند به ایجاد کسب و کارهای جدید در درون سازمان منتج شوند. در شرکت‌های تاسیس یافته بزرگ و کوچک، واحدهای تاسیس یافته جدید می‌توانند شامل تشکیل واحدهای کاملاً رسمی مستقل یا نیمه مستقل باشند که به کارآفرینی پرورشگاهی مشهور شده‌اند. این نهادهای مستقل می‌توانند در درون یا بیرون از حوزه سازمان قرار گیرند. بنابراین، ورود به کسب و کارهای جدید را می‌توان به فعالیت‌های اصلی سازمان نزدیک دید تا ایجاد واحدها یا شرکت‌های جدید؛ برای این که ورود به کسب و کارهای جدید تازگی‌ای در درون ساختار فعلی سازمان پدیدار می‌کند، در حالی که در مورد تشکیل واحدهای جدید، یک عنصر سازمانی جدید متولد می‌شود، که گویای تغییر در ساختار سازمانی است (تسلیمی و همکاران، ۱۳۸۵).

نوآوری در محصول و خدمات / فرآیند، این بعد از کارآفرینی درون سازمانی مربوط به نوآوری خدمات یا محصول با تاکید بر توسعه و نوآوری در تکنولوژی است. کارآفرینی درون سازمانی شامل ایجاد محصول جدید، بهبود آن و رویه‌ها و روش‌های نو تولید می‌باشد. نایت^۲ (۱۹۹۷) توسعه یا ارتقای محصولات و خدمات و همچنین فنون و تکنولوژی‌ها در تولید را به عنوان بخشی از نوآوری سازمانی قرار داده و زهر^۱ نوآوری محصول و کارآفرینی تکنولوژیکی را به عنوان نمود نوآوری شرکت‌های تولیدی در نظری می‌گیرد (زهر، ۱۹۹۳).

اخلاق کاری :

آموزش خلق و خوی شایسته، که موجبات سعادت دنیوی و اخروی انسان‌ها را فراهم سازد، یکی از آموزه‌های اساسی ادیان الهی است؛ خداوند در قرآن، پیامبر اسلام (ص) را به سبب داشتن خلق نیکو می‌ستاید (إِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ) (قلم، آیه ۴)؛ اخلاق کار یک هنجار فرهنگی است که یک ارزش

1 Incubation

2 Knight

اخلاقی مثبت را برای انجام یک شغل مناسب وضع کرده است و کار دارای یک ارزش ذاتی است (هیل^۱؛ ۱۹۹۶، یانکلوویچ^۲؛ ۱۹۸۱). در مکاتب رفتارگرایی، اصول حاکم بر رفتار افراد، نه ساختی و نه کارکردی است بلکه بیش‌تر روانشناختی است و یا بهتر آن است بگوییم رفتار افراد را بایستی با قضایایی که بیش‌تر در روانشناختی اجتماعی مطرح هستند، تبیین نمود. به راین اساس می‌توان انگیزه افراد از کار و به بیان دیگر، آن بخش از اخلاق کار افراد را که مبتنی بر زمینه‌های انگیزشی است، یعنی دلبستگی و علاقه به کار و پشتکار و جدیت در کار، با قضایای یاد شده توضیح داد. در واقع، مدیریت یک واحد کاری می‌تواند با قضایای مزبور، به ویژه تشویق و تنبیه و موفقیت و پاداش موجبات تقویت یا تضعیف انگیزش‌های کاری و ابعادی از اخلاق کار در محیط کار فراهم سازد (سلیمانی و همکاران، ۱۳۹۱). طبق تعریف پتی و همکارانش ۲۰۰۷ اخلاق کاری دارای ۴ مولفه اصلی است. این مولفه‌ها عبارتند از: دلبستگی و علاقه به کار، جدیت و پشتکار در کار، داشتن روابط انسانی در محیط کار، داشتن روحیه تعاون و مشارکت در کار.

دلبستگی و علاقه به کار

ویژگی‌های مربوط به برآوردن انتظاراتها و توقع‌های شغلی و توافق ضمنی برای رفتن به مأموریت‌های شغلی را توصیف می‌کند. مشخصه‌های موجود در این مؤلفه به ملاقات کاری اشاره می‌کند که حداقل انتظارات برای جلب رضایت از کارایی‌های شغلی، نه به زیر بار سنگین مسئولیت رفتن، را برآورده می‌کند. علاقه مندی به کار، به میزان دقیق بودن در کار، حواس جمع بودن، وقف شدن در کار، وابسته بودن به کار، کارآمد بودن، ثبات رأی داشتن، صداقت و شکیبایی در محل کار و وقتشناس بودن بستگی دارد (اعتباریان، صالحی زاده و سعیدی^۳، ۲۰۱۰). وجدان و اخلاق کاری، انسان را وادار می‌سازد تا همواره برای تحقق آرمان‌هایی همچون: انجام کار بدون عیب و نقص و در نهایت دقت و صداقت و با نتایج منطقی و نیز در زمان و وقت مناسب، تلاش کند. همچنین انجام وظایف را بدون نظارت و بررسی عوامل خارجی، در نهایت درستی به اتمام برساند

1 Hill

2 Yankelovich, D.

3 Etebarian A, Salehi Zadeh S, Saeedi P.

پژوهش‌های مربوط به اخلاق نشان می‌دهد، افرادی که با صداقت به اشتباهات خود اعتراف می‌کنند از احترام و نفوذ بالایی برخوردار هستند (خانی^۱، ۲۰۰۹).

جدیت و پشتکار در کار:

بررسی‌ها نشان می‌دهند که اخلاق کار را یک ارزش یا باور در خصوص جایگاه کار در زندگی افراد و اعتقاد به ذاتی بودن فضیلت اخلاق کار و اینکه اساس زندگی اخلاق است می‌دانند (کووین، ۱۹۸۳) تمایل به کار کردن یعنی اعتقاد به کار و اهمیت دادن به کار و همچنین سخت‌کوشی و تلاش که نشان‌دهنده اعتقاد به انجام کارهای سخت است از ابعاد اخلاق کار اسلام و اخلاق کار پروتستان ماکس وبر می‌باشد (علی و الهویان^۳، ۲۰۰۸). از ویژگی‌های این بعد می‌توان، به میزان رغبت در کار، وظیفه‌شناسی در کار، سخت‌کوشی، سماجت و اصرار در کار و خبرگی در کار، را نام برد (معیدفر^۴، ۲۰۰۶) برای چیره شدن بر مشکلات در سر راه سازمان‌ها در مورد اخلاق افراد در محیط کار باید به این بعد توجه زیادی داشت. مهم‌ترین مبنا در سازمان یافتن رفتارهای اخلاقی در سازمان‌ها، تصحیح بینش کارکنان و به سامان درآوردن نوع نگاه آنان به خودشان، مردم، مسئولین و وظایفشان بیان می‌شود (غلامی^۵، ۲۰۰۹).

داشتن روابط انسانی در محیط کار:

مورد اعتماد بودن، منضبط و پیرو مقررات بودن در محل کار، پیرو اهداف سازمان بودن، درستکاری و صداقت داشتن در کار، سازگاری داشتن در محل کار، قدرشناس و حق‌شناس بودن، مفید و کمک‌کننده بودن در کار، خوش‌مشرب و دوستانه رفتار کردن در محل کار، تشریک‌مساعی و مشارکت داشتن در کار، مرتب بودن در کار، با ملاحظه و به فکر دیگران بودن، با وقار و معتدل بودن در کار،

1 Khani-Jazani J.

2 Quinn JF.

3 Ali AJ, Al-Owaihan A.

4 Moiedfar S.

5 Gholami AR.

ارزش گذاشتن به کار و آبروی دیگران، احساس مسئولیت نسبت به دیگران، لذت بردن از دیدن حضور افراد در اجتماع، اعتماد به افراد برای انجام امور، امانتداری و نامناسب دانستن استفاده از اموال عمومی برای نفع شخصی، فداکاری داشتن در محل کار، سودمند بودن برای خود و دیگران به وسیله کار کردن (پتی، ۲۰۰۵ به نقل از نقوی و رودسری، ۱۳۹۳).

داشتن روحیه تعاون و مشارکت در کار

متغیر مشارکت در کار و روحیه تعاون همبستگی قوی با شاخص‌های مختلف عملکرد و اثربخش از جمله رشد فروش، بازدهی دارایی، بازدهی سرمایه گذاری، کیفیت کالا و خدمات، نوآوری در کالا و خدمات، سهم بازار، رضایت مشتری و سود دهی نشان می‌دهد. از سویی دیگر، برخی از محققان، انطباق پذیری و مشارکت در کار را از عوامل پیش بینی کننده اثربخشی سازمانی معرفی نموده‌اند. این دو عامل می‌توانند به عنوان مکملی برای ارزیابی و پیش بینی اولویت‌های تغییر در سازمان و همچنین تدوین بهتر استراتژی‌ها برای اجرای موفقیت آمیز تکنیک‌ها و فرآیندهای مدیریت به کار گرفته شوند (قربانی، ۲۰۰۷).

مروری بر مبانی نظری

فروکوستا^۱ (۲۰۱۶) در تحقیقی با عنوان "هنجارهای اجتماعی اخلاق کاری و پاداش در سازمان" مدلی در این خصوص ارائه می‌دهد که رابطه میان انتشار اخلاق کاری (هنجارهای اجتماعی محیط کار) در یک جامعه مشخص و انتخاب مشوق‌هایی برای کارکنان توسط شرکت‌ها را نشان می‌دهد. در این تحقیق محقق با ارائه شواهدی از سه مجموعه مختلف نشان می‌دهد که اخلاق کاری به شدت با انگیزه سازمانی در ارتباط می‌باشد. همچنین عنوان می‌نماید که هنگامی که تمامی مولفه‌های بیان شده به همراه سخت کوشی کارکنان در سازمان مکمل یکدیگر شوند موجب بهره‌وری سازمان می‌گردد و عاملی سازنده را در سازمان خلق می‌کند. در واقع نتایج تحقیق نشان می‌دهد در سازمان‌های برابر، سازمانی که در آن اخلاق کاری رعایت می‌گردد به نظر می‌رسد که کارکنان تمایل

بیشتری در سخت‌کوشی بیشتر در این سازمان‌ها به دلیل محیط مناسب به وجود آمده از خود نشان می‌دهند. در نهایت در این تحقیق مدلی پویا در این خصوص ارائه می‌گردد. کومار و رز^۱ (۲۰۱۲) در تحقیق خود به بررسی تأثیر اخلاق کار اسلامی بر قابلیت خلاقیت در بخش دولتی مالزی پرداختند و نتایج این تحقیق ارتباط معنادار و همبستگی مثبتی را میان این متغیرها نشان می‌دهد. جلیل و همکاران^۲ (۲۰۱۰) استدلال می‌کنند که رفتارهای اخلاقی در سازمان می‌تواند حفظ شود اگر اخلاق کار اسلامی به خوبی در میان کارکنان سازمان نهادینه شود. محمد و همکاران^۳ (۲۰۱۰) در تحقیق خود یافته‌اند که اخلاق کار اسلامی در محیط دانشگاهی به طور معناداری با طرز تفکر افراد در زمینه استفاده از اخلاقیات، رضایت شغلی و تعهد سازمانی آنان بستگی دارد. خلیل و ابوسعید^۴ (۲۰۰۹) همبستگی مثبت و معناداری میان اخلاق کار اسلامی و مقیاس فردگرایی را در تحقیق خود گزارش داده‌اند. علی و الاوهیان^۵ (۲۰۰۸) در تحقیق خود با عنوان «اخلاق کار اسلامی» بیان می‌کنند که مدیران شاغل در بخش دولتی اخلاق کاری اسلامی را بیشتر از مدیران در بخش خصوصی رعایت می‌کنند. در پژوهشی که به وسیله پتی جان و چارلز^۶ (۲۰۰۸) در یک موسسه بازرگانی در مورد قوای درک فروشنده از اصول اخلاق کار و رفتارهای مصرفی و روابط موجود میان این مشاهدات و رضایت شغلی فروشنده‌ها انجام گرفته است؛ این نتیجه بدست آمده است که رابطه مثبتی بین ادراک فروشنندگان از اخلاق کار و اصول اخلاقی کارفرمایان و رضایت شغلی آنان وجود دارد. اکپرا و وین^۷ (۲۰۰۸) پژوهشی با هدف بررسی تأثیر اخلاق کار بر رضایت شغلی و تعهد سازمانی در کشور نیجریه انجام داده‌اند و نتیجه گرفته‌اند که رابطه‌های معنادار بین اخلاق کار سازمانی، تعهد سازمانی و رضایت شغلی وجود دارد. رفیعی و کوشا^۸ (۲۰۰۷) در مطالعات خود که با عنوان "پیامدهای مدیریت اخلاق مدار در توفیق سازمان‌های عصر اطلاعات" در پنجمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت ارائه شد، به این

1 Kumar and Rose

2 Jalil et al.

3 Mohamed et al.

4 Khalil and Abu-Saad

5 Ali and Al-Owaidan

6 John & Charles

7 Okppara & Win

8 Rafiei & Kosha

نتیجه رسیده‌اند که مدیریت اخلاق مدار با رعایت اخلاق کار و مسئولیت اجتماعی از راه افزایش مشروعیت اقدام‌های سازمان، استفاده از مزایای ناشی از افزایش چندگانگی و افزایش درآمد، سودآوری و بهبود مزیت رقابتی، موفقیت سازمان را تحت تاثیر قرار می‌دهد. همچنین تحقیقات دیگر که در سال‌های بعد بر اساس این تحقیق صورت پذیرفته است (الکازمی^۱، ۲۰۰۷) همبستگی مثبت میان این متغیرها را نشان می‌دهد. چیکو و بوو^۲ (۲۰۰۴) نیز رابطه بین ساختار فرهنگ اخلاقی در سازمان و رضایت شغلی و تعهد سازمانی را روشن نموده‌اند. از میان مطالعات انجام شده در زمینه ارتباط اخلاق کار، یوسف (۲۰۰۱)، کو و بو^۳ (۲۰۰۱) و ویتل و دیویس^۴ (۱۹۹۰) عنوان می‌کنند که اخلاقیات کار دقیقاً به رضایت شغلی مرتبط است. آمبرت و هوگان^۵ (۲۰۰۹) در مطالعه‌ای در یک سازمان خصوصی خصوصی در خاورمیانه دریافتند که اخلاق کار بیشترین تأثیر را بر رضایت شغلی داشته است (محمد و همکاران، ۲۰۱۰).

مدل مفهومی پژوهش

مدل تسهیم دانش از مدل دیکسون جهت انجام تحقیق استفاده شده است. دیکسون پنج مکانیزم برای انتقال دانش پیشنهاد می‌دهد که عبارتند از: انتقال ترتیبی، آشکار، پنهان، استراتژیک و کارشناسی. در تحقیق حاضر بنا بر نظر متخصصان سازمانی جامعه آماری و به دلیل رعایت تناسب و موضوعیت بیشتر با مقوله عوامل سازمانی، سه بعد از مدل کارآفرینی سازمانی آنتونیک و هیسریچ جهت تحدید نمودن مسأله تحقیق به عنوان به شرح جدول زیر انتخاب شدند. مدل اخلاق کاری، از مدل گریگوری. سی پتی (۱۹۹۰) استفاده گردیده است که این مدل توسط سعید معیدفر در مقاله ای تحت عنوان "بررسی اخلاق کاری کارکنان موسسات تولیدی" و توسط مریم نجار نهانوندی در پایان نامه‌ای با عنوان "بررسی اخلاق کاری کارکنان دانشگاه تهران با تاکید بر جنسیت" نیز مورد استفاده قرار گرفته است.

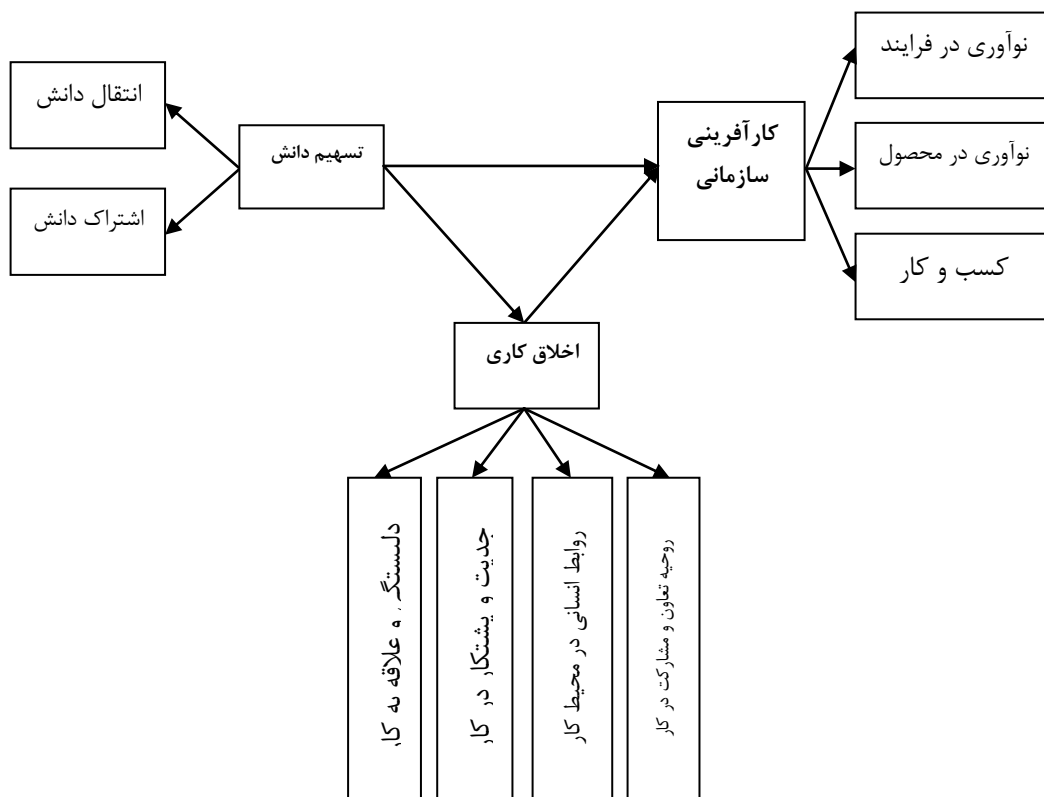
1 Al- Kazemi

2 Chykh & et al

3 Koh. H. C. and Boo, E. H.

4 Vitell, S. J. and Davis, D.L.

5 Ambert and Hougan



روش پژوهش

روش تحقیق در این پژوهش کاربردی، توصیفی و همبستگی می‌باشد حجم نمونه در تحقیق حاضر ۲۱۰ نفر می‌باشد که با استفاده از جدول مورگان و روش نمونه گیری تصادفی ساده مورد محاسبه قرار گرفته است. همچنین در این تحقیق پرسش‌نامه‌ها توزیع گردید و سپس با استفاده از داده‌های بدست آمده از این پرسش‌نامه‌ها به کمک نرم‌افزار آماری SPSS میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ محاسبه شد و مقادیرهای حاصل همان طور که در جدول زیر آمده است.

عنوان	تعداد سؤالات	ضریب آلفای کرونباخ
اخلاق کاری	۱۲	۰/۹۲۴
کارآفرینی سازمانی	۹	۰/۹۵۶
تسهیم دانش	۱۳	۰/۹۱۶

یافته‌ها

شاخص‌های مورد بررسی در پرسش‌نامه جمعیت‌شناختی ارائه شده به شرح زیر بوده است

اولین متغیر مورد بررسی جنسیت (زن و مرد بودن) می‌باشد که نتایج نشان می‌دهد (۱۱۹ نفر) یعنی ۵۶٫۱ درصد از کارمندان «مرد» و (۹۱ نفر) یعنی ۴۲٫۹ درصد «زن» می‌باشند. دومین متغیر مورد بررسی متغیر سن کارکنان می‌باشد که نتایج نشان می‌دهد که تعداد ۲۴ نفر (۱۱٫۳٪) از کارکنان در رده سنی ۲۰ تا ۲۹ سال، ۱۱۴ نفر (۵۳٫۸٪) از کارکنان در رده سنی ۳۰ تا ۳۹ سال، ۶۶ نفر (۳۱٫۱٪) از کارکنان در رده سنی ۴۰ تا ۴۹ سال و ۷ نفر (۳٫۳٪) از کارکنان در رده سنی بالای ۵۰ سال قرار دارند. سومین متغیر، متغیر تحصیلات می‌باشد که نتایج نشان می‌دهد که نمونه مورد بررسی در سازمان تعداد ۲۱۲ نفر به این پرسش پاسخ داده‌اند که از این تعداد ۱۴ نفر (۶٫۶٪ درصد) دارای تحصیلات دیپلم، ۶۶ نفر (۳۱٫۱٪ درصد) فوق دیپلم، ۹۰ نفر (۴۲٫۵٪ درصد) دارای تحصیلات لیسانس، ۴۲ نفر (۱۹٫۸٪ درصد) دارای تحصیلات فوق لیسانس و دکتری می‌باشند. چهارمین متغیر مورد بررسی سمت سازمانی می‌باشد که نتایج حاکی از آن است که بیشترین افراد با فراوانی ۱۴۷ نفر (۶۹٫۳٪) در این سازمان کارمند می‌باشند. پنجمین و آخرین متغیر مورد بررسی متغیر سابقه شغلی می‌باشد که نتایج نشان می‌دهد که تعداد ۵۹ نفر (۲۷٫۸٪ درصد) از افراد نمونه کمتر از ۱۰ سال، تعداد ۱۰۳ نفر (۴۸٫۶٪ درصد) بین ۱۰ تا ۲۰ سال و تعداد ۴۳ نفر (۲۰٫۳٪ درصد) بین ۲۰ تا ۳۰ سابقه کاری دارند.

پس از پاسخ‌گویی کارکنان به سوالات فردی، آنها به ۳۹ سوال مطرح شده در پرسش‌نامه پاسخ دادند. پس از تکمیل پرسش‌نامه‌های مذکور توسط کارکنان موسسه اعتباری توسعه، داده‌های حاصله مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. در این فصل به بحث و بررسی پیرامون نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها پرداخته شده و محقق پیشنهاداتی را با توجه به نتایج حاصله ارائه نموده و در قسمت پایانی نیز پیشنهاداتی جهت انجام تحقیقات بعدی و بیان محدودیت‌های انجام تحقیق توسط محقق آورده شده است.

آیا اخلاق کاری رابطه بین تسهیم دانش و کارآفرینی سازمانی را تعدیل می‌نماید؟ در ابتدا در مدل ۱ رابطه میان تسهیم دانش و کارآفرینی سازمانی مورد بررسی قرار گرفت که ضریب رگرسیون بدست آمده برای (۰٫۶۸۳) می‌باشد و سپس اخلاق کاری به عنوان متغیر تعدیل‌گر وارد مدل گردید (مدل ۲).

جدول : خلاصه مدل				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.683 ^a	.466	.463	.63914
2	.895 ^b	.802	.800	.39036

جدول : جدول آنووا						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	74.836	1	74.836	183.198	.000 ^b
	Residual	85.785	210	.409		
	Total	160.622	211			
2	Regression	128.775	2	64.387	422.552	.000 ^c
	Residual	31.847	209	.152		
	Total	160.622	211			

جدول: جدول ضریب همبستگی						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(ثابت)	.783	.181		4.335	.000
	کارآفرینی سازمانی	.728	.054	.683	13.535	.000
2	(ثابت)	-.285	.124		-2.296	.023
	کارآفرینی سازمانی	.266	.041	.250	6.497	.000
	اخلاق کاری	.811	.043	.723	18.814	.000

جدول بالا ضریب همبستگی، مجذور ضریب همبستگی یا ضریب تعیین را نشان می‌دهد به گونه‌ای که میزان همبستگی بین متغیرهای فوق ۰٫۶۸۳ در مدل اول و بدون متغیر تعدیل کننده اخلاق کاری می‌باشد و در سطح متوسطی می‌باشد.

همچنین ضریب تعیین بیانگر این است که ۰,۴۶۶ درصد از تغییرات متغیر وابسته مؤلفه کارآفرینی سازمانی توسط متغیر مستقل تسهیم دانش پوشش داده می‌شود. در مدل دوم متغیر تعدیل کننده اخلاق کاری نیز وارد مدل گردید. همان طور که در جدول مشاهده می‌شود این متغیر را می‌توان تعدیل کننده رابطه میان دو متغیر کارآفرینی سازمانی و تسهیم دانش در این سازمان در نظر گرفت. به گونه‌ای که میزان همبستگی بین متغیرهای فوق ۰,۸۹۵ در مدل دوم می‌باشد و در سطح بالایی می‌باشد. همچنین ضریب تعیین بیانگر این است که ۰,۸ درصد از تغییرات متغیر وابسته مؤلفه کارآفرینی سازمانی توسط متغیر مستقل تسهیم دانش پوشش داده می‌شود.

پیشنهادها

براساس یافته‌های تحقیق پیشنهاد می‌شود، مدیران سازمانی با تشویق کارکنان به تشریک مساعی و تسهیم دانش خود با دیگر کارکنان سازمان، ایجاد کلاس‌های هم‌افزایی سازمانی که در آن کارکنان بیشتر با جنبه‌های تسهیم دانش و راه‌های آن در سازمان آشنا شوند، در جهت ارتقاء تسهیم دانش در بین کارکنان تلاش نمایند. همچنین با توجه به اینکه نتایج حاکی از وجود رابطه میان تسهیم دانش و اخلاق کاری نیز می‌باشد را می‌توان به میزان اهمیت اخلاق سازمانی این موسسه نسبت داد. پیشنهاد می‌شود که با برگزاری تحقیقاتی در این خصوص مشخص گردد که چه معیارهای اخلاقی بایستی مدنظر قرار گیرد تا این مشکل برطرف شود. می‌توان پیشنهاد نمود که منشور اخلاقی موسسه مجدداً بازنگری شود و در راستای ارتقاء آن در جهت تعالی سازمانی تلاش شود و همچنین پیشنهاد می‌گردد تا مدیران با برگزاری جلساتی کارکنان را با منشور اخلاقی سازمان بیشتر آشنا نمایند و همچنین می‌توان اصول اخلاقی حاکم بر سازمان را در غالب پست‌هایی به اطلاع کارکنان و مشتریان شعب این موسسه نشان داد. همچنین جهت انجام مطالعات آتی پیشنهادات پیشنهاد می‌گردد تا محقق: رابطه بین مولفه‌های دیگر سازمانی مانند عدالت سازمانی، رضایت شغلی و ... رانیز به عنوان متغیر تعدیل کننده در نظر گرفته و این تحقیق را در سازمان خود اجرا نمایند. علاوه بر در نظر گرفتن نقش تعدیل کننده سازمانی می‌توان رابطه کارآفرینی سازمانی و رضایت شغلی و همچنین رابطه کارآفرینی سازمانی و عدالت سازمانی رانیز بررسی نمود. انجام و اجرای تحقیق با توجه به مدل مطرح شده، در دیگر بانک‌ها و یا نهادها و سازمان‌های موجود در جامعه و مقایسه یافته‌ها به اهم، در هر یک از ابعاد.

منابع

- ابطحی، سید حسین و صلواتی، عادل. (۱۳۸۵). مدیریت دانش در سازمان، انتشارات پیوند نو، چاپ اول
- ابراهیمی، سید عباس و همکاران (۱۳۹۱). بررسی نقش اعتماد در تسهیم دانش شغلی کارکنان دانشگاه تربیت مدرس
- یوسفی، سجاد و مرادی، مرتضی (۱۳۸۹). نقش تعهد سازمانی کارکنان در تسهیم دانش
- صلواتی، عادل و همکاران (۱۳۹۳). بررسی رابطه بدبینی سازمانی و تسهیم دانش
- قهرمانی، جعفر (۱۳۹۰). بررسی اخلاق کاری معلمان مقاطع سه گانه تحصیلی استان آذربایجان شرقی
- امامی نژاد، مسعود (۱۳۸۳)، مکانیزم کارآفرینی در سازمان‌های بزرگ. "مجله مدیریت".
- خانی جزنی، جمال (۱۳۸۷)، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال سوم، شماره‌های ۳ و ۴
- آبدری، فاطمه؛ محمد پور، محمد مهدی، (۱۳۹۲)، شناسایی و رتبه بندی موانع کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های دولتی (مورد مطالعه: ستاد مرکزی وزارت کار و امور اجتماعی)، همایش دانشگاه کارآفرین (صنعت محور)
- آقاجانی افروزی، علی اکبر؛ پرهیزگار، محمد مهدی؛ درینی، محمد ولی، (۱۳۹۰)، مدل یابی موانع کارآفرینی سازمانی در به ان
- رفاه استان مازندران، مجله علمی پژوهشی برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، شماره ۱۴
- ابویی اردکانی، محمد. (۱۳۷۹). نظریه سازمان یادگیرنده. مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران، تهران.
- اسدی کمال، ناصر (۱۳۹۱)، بررسی و رتبه بندی موانع کارآفرینی سازمانی در آموزش و پرورش شهر تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی باراهنمایی دکتر مهدی شریعتمداری، تهران، دانشگاه آزاد.
- احمدپور داریانی، محمود و مقیمی، سید محمد، (۱۳۸۵)، مبانی کارآفرینی، انتشارات فرا اندیش، چاپ سوم.
- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۷۸)؛ کار آفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها: چاپ سوم، تهران: شرکت پردیس ۵۷.
- الوانی، سید مهدی و دانائی فرد حسن، (۱۳۸۰)، گفتارهایی در فلسفه تئوری سازمان دولتی، انتشارات صفار، تهران، چاپ اول.
- الوانی، سید مهدی، (۱۳۷۱)، مدیریت مسائل عمومی، فصلنامه مطالعات مدیریت، دانشگاه علامه طباطبایی تهران، شماره ۶، صص ۲۱-۳۵.
- انواری، ع، ا؛ ترابی گودرزی، م؛ علی محمدلو، م؛ بررسی مقایسه‌ای کیفیت خدمات بانکی از دیدگاه مشتریان و کارکنان، فصلنامه مدرس علوم انسانی، ویژه‌نامه مدیریت، ۱۳۸۴.
- ام‌اللهی، ناهید. (۱۳۸۰). سازمان یادگیرنده. ماهنامه تدبیر، شماره ۱۱۴.
- زالی، محمد رضا؛ سید مصطفی رضوی، (۱۳۸۷) پژوهشی در زمینه توسعه کارآفرینی در ایران، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
- منوریان، عباس. سگری، ناصر. آشنا، مصطفی. (۱۳۸۶). ابعاد ساختاری و محتوایی سازمان‌های دانش محور، اولین کنفرانس ملی مدیریت دانش
- عابدی، محمد رضا (۱۳۸۴): ساخت، هنجاریابی و بررسی روایی و پایایی آزمون استعداد شناختی کارآفرینی در دانشگاه اصفهان، مرکز کارآفرینی دانشگاه اصفهان، طرح پژوهشی.

- Alvesson, M.(2000), Social Identity in Knowledge-Intesive Companies, Journal of anagement Studies, Vol. 37
- Senge, P. M.(1998), Sharing Knowledge, Executive Excellence, Vol. 15, pp. 11-12.
- Chi Pie, J.(2006),"an empirical study of the relationship between knowledge sharing and IT/IS strategic planning(ISSP)", management decision,Vol. 44 No. 1,2006. pp107-108
- Carline Bruce Ian , Gervais simon (2006): work ethic, emplyment Contracts , firm values , Fuqu sehool of business, Duke university
- Victor B, Cullen JB (1988). The organizational bases of ethical work climates. Administrative Science Quarterly 33: 101- 125.
- Deshpande SP, George E, Joseph J (2000). Ethical climate and managerial success in Russian organizations. Journal of Business Ethic 23: 211-217.
- Manian A., Mira S.A., Karimi, E. (2011). Analysis of Effective Factors on Knowledge Sharing Among E-Learning Students (Case Study: Tehran University E-learning Campus), Journal of Information Processing and Management, 27 (1):47-65
- Nader Sohrabi Safa', Rossouw Von Solms "An information security knowledge sharing model in organizations" [Computers in Human Behavior, Volume 57](#), April 2016, Pages 442–451
- Morris, S.S., et al., Scaling Up Your Story: An Experiment in Global Knowledge Sharing at the World Bank, Long Range Planning (2015), <http://dx.doi.org/10.1016/j.lrp.2015.02.002>