

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

نقش مدیریت دانش

بر عملکرد کارکنان

تأثیر انگیزش ها و فرآیند سرمایه اجتماعی بر قصد تسهیم

دانش مدیریت و ضمنی کارکنان

نویسنده:

هاشم ماله میر

سرشناسه	: ماله میر، هاشم، ۱۳۶۱-
عنوان و نام پدیدآور	: نقش مدیریت دانش بر عملکرد کارکنان: تأثیر انگیزش‌های فردی و سرمایه اجتماعی بر قصد تسهیم دانش صریح و ضمنی کارکنان/ نویسنده هاشم ماله میر.
مشخصات نشر	: رشت: سپیدرود، ۱۳۹۹.
مشخصات ظاهری	: ۷۷ ص. جدول، نمونه؛ ۱۷×۲۴ س.م.
شابک	: ۲۲۰۰۰ ریال 9-705919-622-978:
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه: ص. ۶۷ - ۷۷.
عنوان دیگر	: تأثیر انگیزش‌های فردی و سرمایه اجتماعی بر قصد تسهیم دانش صریح و ضمنی کارکنان.
موضوع	: مدیریت دانش
موضوع	: Knowledge management
موضوع	: عملکرد -- مدیریت
موضوع	: Performance -- Management
موضوع	: کارکنان -- مدیریت
موضوع	: Personnel management
موضوع	: نیروی انسانی -- مدیریت
موضوع	: Manpower planning
رده بندی کنگره	: ۳۰/۲HD
رده بندی دیویی	: ۶۰۸/۲۰۱
شماره کتابشناسی ملی	: ۷۲۰۰ ۱۱

نقش
رشت: سپیدرود

رشت، اول خیابان سعدی، کوچه شهید نو، جنب موسسه حمایتی امام حسن مجتبی پلاک ۶۳
تلفن: ۰۱۳۳۳۲۶۲۷۶۹ همراه: ۰۹۱۱۳۴۸۲۹۰

نقش مدیریت دانش بر عملکرد کارکنان

تأثیر انگیزش‌های فردی و سرمایه اجتماعی بر قصد تسهیم دانش صریح و ضمنی کارکنان

نویسنده: هاشم ماله میر

ناشر: سپیدرود

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۹

تیراژ: ۵۰۰ نسخه

طرح روی جلد: فرهاد وارسته

حروفچینی و صفحه‌آرایی: هنر و اندیشه

چاپخانه: لاله

قیمت: ۲۲۰۰۰ تومان

شابک: ۹-۱۹-۷۰۵۹-۶۲۲-۹۷۸

فهرست مطالب

<u>صفحه</u>	<u>عنوان</u>
۷	مقدمه
۹	دانش ضمنی و آشکار
۱۰	دانش آشکار یا عینی
۱۱	دانش ضمنی یا پنهان
۱۲	تعاریف دانش ضمنی
۱۴	تفاوت دانش ضمنی و آشکار
۱۷	تبدیل دو دانش ضمنی و آشکار به یکدیگر
۱۸	فناوری در فرآیند پنهان به پنهان
۱۹	فناوری در فرآیند پنهان به آشکار
۱۹	فناوری در فرآیند آشکار به آشکار
۱۹	فناوری در فرآیند آشکار به پنهان
۲۰	اهمیت و ویژگی‌های دانش ضمنی
۲۱	انتقال دانش ضمنی
۲۱	مکانیسم تعاملی
۲۲	مکانیسم تبدیلی
۲۳	به تسهیم دانش، موانع و راهکارها
۲۴	کسب‌وکار زمان برای شرکت (جوامع) در فعالیت‌های اشتراک دانش

۲۴	عدم آگاهی نسبت به فواید و سودمندی اشتراک دانش
۲۵	تفاوت در سطح تجربه و دانش
۲۵	عدم اطمینان نسبت به ارزش و سودمندی دانش شخصی
۲۵	عدم اعتماد میان کارکنان
۲۶	فردگرایی
۲۶	مهارت ضعیف در ارتباطات کلامی و نوشتاری
۲۶	عدم تعهد فرد نسبت به سازمان
۲۶	راه کارهای مقابله با موانع
۲۶	تغییر فرهنگ
۲۷	برگزاری جلسات
۲۷	بهبود فرهنگ سهم دس
۲۷	همکاری و رقابت
۲۸	تعهد
۲۸	کارکرد دانش ضمنی
۲۹	مصادیق دانش ضمنی
۳۰	نظریه‌ی اقدام معقول
۳۱	نظریه‌ی انگیزش‌های فردی
۳۲	پاداش سازمانی
۳۶	نقش راهبردی پاداش‌های سازمانی
۳۷	دلایل ارائه پاداش‌های سازمانی
۳۹	پاداش و تسهیم دانش
۳۹	همکاری متقابل
۴۲	لذت و رضایت
۴۳	سرمایه اجتماعی
۴۶	ابعاد سرمایه اجتماعی از دیدگاه ویلانوا و جوسا
۴۷	بررسی نقش سرمایه اجتماعی در انتقال دانش
۴۹	اعتماد اجتماعی

- ۵۱ اعتماد و تسهیم دانش
- ۵۲ روابط اجتماعی
- ۵۵ اهداف اجتماعی
- ۵۷ واکاوی ردپای دیگران در این موضوع:
- ۶۴ واپسین سخن
- ۶۶ در این خصوص چنانچه
- ۶۷ منابع و مآخذ
- ۷۳ منابع لاتین

در سال‌های اخیر، مدیریت دانش به عنوان یکی از چالش برانگیزترین موضوعات مدیریت کسب و کار به کار و دایره کاربرد آن همواره با سایر مباحث عرصه مدیریت، گسترده تر می‌شود (پور، ارجان و همکاران، ۱۳۹۲، ۳۵). اغلب پژوهشگران بر این باورند که اقتصاد جهان به دانش و نیروی انسانی متکی است و کشورهایی که نوآوری را به اقتصادشان تزریق می‌کنند، رشد اقتصادی آن سرعت می‌یابد. بنابراین در جامعه فراصنعتی امروز، دانش به یک منبع استراتژیک تبدیل گردیده و از آن به عنوان یکی از عوامل موفقیت سازمانی و رقابت پذیری یاد می‌شود. با این وجود، سازمان‌ها در خلق و اداره و به تسهیم دانش خود با چالش‌های بیشماری مواجه هستند زیرا دستیابی از دانش سازمانی به وسیله سازمان و قسمتی به وسیله افراد خلق و به اشتراک گذاشته می‌شود. در همین راستا، صاحب‌نظران از مدیریت دانش به عنوان راهبردی کلیدی و آینده نگر در برنامه ریزی‌ها و تصمیم‌گیری‌های استراتژیک و تاکتیکی، یادگیری پویا، حل مساله و بحثی بخشیدن پتانسیل کامل دارایی‌های سازمان؛ و یکی از حیاتی‌ترین عوامل بهبود عملکرد کارکنان، موفقیت یا شکست مدیران و مزیت رقابتی سازمان یاد کرده و مدعی شدند که اگر سازمان‌ها قابلیت یادگیری و استفاده خلاقانه از دانش را دارا باشند، به الگوی جدید تفکر دست می‌یابند که می‌توانند به تعریف مجدد امور و شیوه انجام آنها پردازند. علاوه بر

موارد مذکور، این مدیریت دانش است که از طریق واکنش دقیق نسبت تغییرات محیطی، تداوم دسترسی به گردآوری اطلاعات، اکتساب، نگهداری و توزیع دانش باعث می شود کارکنان سازمان ها هوشمندتر کار کنند، تولیدات و خدمات خلاقانه تری ارائه کنند و نیاز مشتریان را به بهترین شکل ارضا و به طور کلی به اتخاذ تصمیمات و انجام اقدامات کمک کنند. امروزه، یکی از ارکان اصلی مدیریت دانش، به تسهیم دانش در سطوح داخلی یک سازمان و یا به تسهیم دانش با سایر سازمان ها به ویژه سازمان های وابسته و همکار است؛ که از طریق روابط متنوع بین شرکت ها و بین افرادی که در آن شرکت ها فعالیت دارند، شکل میگیرد و در آن منابع مهمی از ایده های نوین و دانشی هستند که می توانند محرک نوآوری شوند (نظافتی و همکاران، ۱۳۹۵، ۸۶). دانش تنها دارایی شناخته شده است که با تسهیم شدن دیگران در آن افزایش می یابد و در واقع تسهیم و توزیع آن به رشد آن کمک می کند. ارائه دهندگان دانش با عرضه محصول خود، دانش خویش را از دست نمی دهند، بلکه بر اندوخته کل دانش خود می افزایند و برخی از کاستی های علمی خود را با سایرین می کنند و دانش دریافتی در کنار دانش موجود، تعامل، تفکر و نظرات جدید را ایجاد می کند (کاظمی و همکاران، ۱۳۹۳، ۱۰۸). به اشتراک گذاری دانش، که به عنوان فعالیت های مشارکتی دانش درون شرکت تعریف می شود، به شرکت ها امکان دسترسی بهتر به اطلاعات مورد نیاز برای تصمیم گیری را می دهد و بنابراین کیفیت تصمیمات آنها را بهبود می بخشد (Ghasemaghaei, 2019, 4). اشتراک گذاری دانش مستلزم تمایل افراد و گروه ها در سازمان به اشتراک گذاری دانش در راستای رسیدن به منافع دو جانبه است و اشتراک گذاری دانش رخ نخواهد داد مگر اینکه کارکنان و گروه های کاری سازمان، سطح بالایی از رفتارهای مشارکت جویانه داشته باشند (پورسراجیان و همکاران، ۱۳۹۲، ۳۵).