

## بررسی تاثیر ابعاد عدالت سازمانی بر قابلیت نوآوری با نقش میانجی گری اشتراک دانش

علیرضا حدادیان

استادیار، گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

صدیقه براتی گلخندان

دانشجوی کارشناس ارشد مدیریت اجرایی، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

نسترن داوودی

دانشجوی کارشناس ارشد مدیریت اجرایی، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

**چکیده:** نیازها و تمایلات مشتری بطور ثابت در حال تغییر است و درک این تغییرات برای موفقیت کسب و کار ضروری است. همچنین تغییر شرایط بازار و قوانین بر موفقیت نهادهای سازمانی در بازار تاثیر گذار است. از جمله مسائلی که می توان به آنها اشاره کرد، عدالت سازمانی، اشتراک دانش و قابلیت نوآوری است. مطالعه حاضر برای بررسی متغیرهای عدالت سازمانی، اشتراک دانش و قابلیت نوآوری در شهر صنعتی مشهد انجام شده است. نمونه مطالعه شامل شرکت های تولیدی فعال در شهر مشهد است که حدود ۷۰ نفر تخمین زده شده است. داده های جمع آوری شده توسط پرسشنامه با استفاده از نرم افزارهای اس پی اس و پی ال اس تحلیل شدند. نتایج نشان دهنده اثرگذاری عدالت سازمانی بر اشتراک دانش و اثر اشتراک دانش بر ظرفیت های نوآوری است.

**کلمات کلیدی:** عدالت سازمانی، اشتراک دانش، قابلیت نوآوری، صنعت ایران

## ۱- مقدمه:

در گذشته، ثبات که یک اصل ثابت تغییر تدریجی بوده است، ساخته شد اما در حال حاضر بیشتر تغییرات سازمانی سریع و برق آسا است. امروزه، سازمان هایی موفق هستند و می توانند در این رقابت جهانی باقی بمانند که به طور مداوم افکار جدید به سازمان وظیفه ای خود تزریق کنند. قابلیت های نوآوری، سازمان ها را توانمند می سازد و راه حل هایی را برای بهبود درونی و بیرونی ارائه می دهد. بسیاری از تحقیقات به همراه بودن نوآوری و دانش با هم به عنوان یک اصل کلیدی اشاره کرده اند. نوآوری بدین معناست که پتانسیل خلاق سازمان فعال شود. نوآوری به عنوان کلیدی برای دستیابی به مزیت رقابتی ثابت، با تعمیم این معنی که، برای کسب و کار موفق در بازار در نظر گرفته شده است. دلیل اصلی این است که شرکت های نوآورانه عطف پذیرتر هستند و قابلیت بالایی برای انطباق با تغییر دارند. مدیریت دانش فرآیند کشف، کسب، توسعه، به اشتراک گذاری، ذخیره سازی، ارزیابی و به کار بردن دانش مناسب در زمان مناسب توسط فرد مناسب در سازمان است که از طریق ارتباط با منابع انسانی، فناوری اطلاعات و ارتباطات و ایجاد زیر ساخت های مناسب برای دستیابی به اهداف سازمانی انجام می شود. استفاده از مدیریت دانش، شرکت ها را قادر می سازد که فرآیندهای تصمیم گیری کارآمدتری داشته باشند و باعث می شود، شرکت دانش جدید خلق کند و این دانش محصولات نوآورانه، استراتژی ها و فرآیندهای خود را خلق کند. علاوه بر این دو متغیر در این مطالعه، متغیر عدالت سازمانی بر نحوه برخورد با افراد در سازمان که می تواند باورها، احساسات، نگرش ها و رفتار های کارکنان را تحت تاثیر قرار دهد، نیز در نظر گرفته شده است. بر اساس نگرش آنها نسبت به درک آنها از عدالت در سازمان که بدین معناست که آنها برابری تصمیمات تخصیص منابع، مانند سطح پرداخت به فرد (عدالت توزیعی) و روش هایی که توزیع تصمیمات بر اساس آن صورت می گیرد را درک کرده اند. (عدالت رویه ای)، برابری در رفتار با افراد در طول فرآیند اجرا (عدالت تعاملی) به آن حساس هستند و واکنش نشان می دهند. عدالت سازمانی، یک اصطلاح است که برای توصیف نقش عدالت، که به طور مستقیمی با کار مرتبط است، استفاده می شود. به طور کلی عدالت، انگیزه اصلی برای کارمندان است و هنگامی که افراد احساس بی عدالتی می کنند، رفتارشان را تغییر می دهند. در این زمان اکثر کارمندان می خواهند سازمان را ترک کنند یا حتی با آن معامله به مثل کنند. در عوض، عدالت و منطق باعث استعداد و افزایش تعهد و تمایل به باقی ماندن در سازمان می شود که این متغیر سازمان را از طریق قابلیت های به اشتراک گذاری دانش و نوآوری ارتقا می بخشد.

## ۲- مرور ادبیات:

### ۲-۱- به اشتراک گذاری دانش

به اشتراک گذاری دانش به یک روند داغ در طی سال های گذشته تبدیل شده است. به اشتراک گذاری دانش به عنوان یکی از بلوک های ساختمان کسب و کارهای موفق در کشورهای نوظهور اهمیت فزاینده ای یافته است. به طور خاص، کشورهای بلوک شرق سابق که اهمیت دانش اقتصادی را در جهان افزایش دادند، می توانند به عنوان یک نماد اقتصاد جهانی جدید بررسی شوند که چنین شهرتی را با توجه به موقعیت بحرانی خود از لحاظ رشد اقتصاد جهانی و ملی بدست آورده اند. به اشتراک گذاری دانش به عنوان به اشتراک گذاری تجربیات فردی و اطلاعات مربوطه با دیگر اعضای سازمان، به طور مناسب یک رفتار اخلاقی فرض شده است (وانگ، ۲۰۰۴). به اشتراک گذاری دانش طبق تعریف ون دن هوف و دی ریدر (۲۰۰۴) مفهوم سازی شده است و به عنوان یک فرآیند که افراد متقابلاً دانش ضمنی و صریح خود را برای ایجاد دانش جدید تبادل می کنند، تعریف شده است. بر اساس تعریف ون دن هوف و دی ریدر (۲۰۰۴)، به اشتراک گذاری دانش دو بعد دارد، جمع آوری و دریافت، و انتشار و یا اهدا کردن دانش. آنها اهدا کردن دانش را به عنوان "ارتباط مبتنی بر آرزوی فردی برای انتقال سرمایه های فکری" و جمع آوری دانش را به عنوان "تلاش برای انتقال برای متقاعد کردن دیگران برای به اشتراک گذاری آنچه که می دانند" تعریف می کنند. کار دایر و نیوکا (۲۰۰۰) بر روی شبکه تویوتا می تواند دیده شود، یک راه کاملاً کلاسیک است که معضلات اساسی را با توجه به اشتراک گذاری دانش با استفاده از روشهای اختراع شده برای ۱- ایجاد انگیزه برای مشارکت و به اشتراک گذاری دانش با ارزش (در حالیکه از سرایت آن به رقبا پیشگیری می کند)، ۲- جلوگیری از سواران رایگان ۳- کاهش هزینه های مرتبط با پیدا کرده و دسترسی به انواع مختلف دانش با ارزش، حل کرده است. تویوتا، این کار را توسط ایجاد یک شبکه قوی شناسایی با قوانینی برای مشارکت و ورود به شبکه انجام داده است. مهمتر از همه، محصول دانش به عنوان دارایی شبکه در نظر گرفته می شود. یک شرکت می تواند به طور موفقیت آمیزی فرهنگ به اشتراک گذاری دانش را نه تنها به طور مستقیم با ترکیب دانش در استراتژی کسب و کارش ارتقا دهد بلکه با تغییر نگرش و رفتار کارکنان نیز تمایل و به اشتراک گذاری دانش ثابت را ارتقا داد (لین و لی، ۲۰۰۴). نیکرسون و زنگر (۲۰۰۴) استدلال کردند که به اشتراک گذاری دانش می تواند مقدمه مهمی برای فعالیت های حل مسئله باشد. به اشتراک گذاری دانش

در نتیجه، پتانسیل شرکت در مزیت رقابتی پایدار را دارد (کگوت و زاندر، ۱۹۹۲، آرگوت و پل، ۲۰۰۰). به اشتراک گذاری دانش فرصت‌های را برای حداکثر کردن توانایی سازمان ایجاد می‌کند تا پاسخگوی نیازها و راه‌حل‌های تولید شده و بازده‌هایی باشد که مزیت رقابتی را برای یک کسب و کار فراهم می‌کند (رید، ۲۰۰۳). این در سطوح فردی و سازمانی رخ می‌دهد. برای کارکنان فردی، به اشتراک گذاری دانش، صحبت کردن با همکاران برای کمک به آنها است تا چیزی را بهتر، سریعتر، موثرتر انجام دهند و سازمان‌ها را قادر سازند تا عملکرد نوآوری را افزایش دهند و تلاش‌های یادگیری زائد را کاهش دهند (کالاتون و همکاران، ۲۰۰۲، اسکاربروف، ۲۰۰۳). فرایندهای به اشتراک گذاری دانش می‌تواند به عنوان فرآیندهایی دانست که از طریق آن کارکنان به طور متقابل دانش را مبادله و به طور مشترک دانش جدید را خلق می‌کنند (ون دن هوف و ون وین، ۲۰۰۴).

## ۲-۲- قابلیت نوآوری

قابلیت نوآوری اشاره به پیاده‌سازی یا ایجاد فن آوری دارد، به طوری که در سیستم‌ها، سیاست‌ها، برنامه‌ها، محصولات، فرآیندها، دستگاه‌ها یا سرویس‌هایی که برای یک سازمان جدید هستند، به کار می‌رود (چانگ و لی، ۲۰۰۸). قابلیت نوآوری همچنین به توانایی شرکت در جذب و استفاده از اطلاعات خارجی برای تبدیل به دانش جدید گفته می‌شود (کوهن و لوینتال، ۱۹۹۰). دو جنبه کلیدی برای نوآوری وجود دارد: درجه نوآوری و دامنه نوآوری. نوآوری رادیکالی و نوآوری تدریجی وجود دارد (گرین و همکاران، ۱۹۹۵). نوآوری رادیکالی که در این لحظه مورد علاقه هستند، توسط پایه و اساس یک فن آوری جدید و تجربه‌ابزاری جدید برای مصرف‌کننده مشخص می‌شوند، نوآوری‌های تدریجی، شامل حداقل تغییرات در پایه و اساس فن آوری‌های یک محصول می‌شوند که مطابق با حداقل بهبود در منافع بدست آمده برای مصرف‌کنندگان می‌شود (کندی و تلیس، ۲۰۰۰). برخی از مطالعات که جنبه‌های دامنه نوآوری را بررسی کرده‌اند، تاکید بر ۵۵ قابلیت نوآوری که اغلب مورد مطالعه گرفته است دارند: نوآوری محصول، نوآوری فرآیند، نوآوری بازاریابی، نوآوری خدمات، و نوآوری اجرایی:

- ۱- نوآوری محصول: توسعه و معرفی یک محصول جدید به بازار یا اصلاح محصولات موجود از نظر عملکرد، ثبات کیفیت، یا ظاهر است (لیائو و همکاران، ۲۰۰۷).
- ۲- نوآوری فرآیند: شامل خلق و بهبود روش تولید و استفاده از عناصر جدید (به عنوان مثال، مواد ورودی، مشخصات کار، جریان اطلاعات، و تجهیزات) به فرآیند تولید شرکت می‌شود (دامن پور، ۱۹۹۶).
- ۳- نوآوری بازاریابی: اشاره به تحقیقات بازاریابی، استراتژی تنظیم قیمت، تقسیم بندی بازار، ترفیع تبلیغات، کانال‌های خرده‌فروشی و سیستم‌های اطلاعات بازاریابی دارد (ویراواردنا، ۲۰۰۳).
- ۴- نوآوری خدمات: اشاره به تعامل تولیدکنندگان در فعالیتهای مختلف نوآوری برای افزایش رضایت مشتری، از جمله خدمات پس از فروش، سیاست‌گारانتی تعمیر و نگه‌داری روزمره، سیستم‌های قرار دادن سفارش دارد (گویالاکریشنانو دامن پور، ۱۹۹۷).
- ۵- نوآوری اجرایی: اشاره به تغییرات در ساختار سازمانی یا فرآیندهای اداری مانند: استخدام پرسنل، تخصیص منابع، و ساختار وظایف، اختیارات، و پاداش دارد (گویالاکریشنانو دامن پور، ۱۹۹۷).

## ۲-۳- عدالت سازمانی

گرینبرگ (۱۹۸۶) یکی از اولین پژوهشگرانی بود که نظریه عدالت سازمانی را برای ارزیابی عملکرد به کار برد. عدالت سازمانی می‌تواند به عنوان مطالعه انصاف در محل کار تعریف شود (بایرن و کروپانزانو، ۲۰۰۱). عدالت رویه‌ای مربوط به ابزاری است که برای دستیابی به هدف (چگونه تصمیم‌گیری می‌شود) یا روند انصاف استفاده می‌شود (تگ و سارسفیلد-الدوین، ۱۹۹۶). مفهوم عدالت سازمانی مربوط به ادراک کارکنان در مورد تصمیم‌گیری‌ها و شیوه‌های مدیریت سازمانی و ادراک آنها از عدالت در مسائل مربوط به کاراز جمله نگرشها و رفتارهای مرتبط با کار کارکنان می‌شود (ویت، ۱۹۹۳). عدالت سازمانی مربوط به مسائل عدالت در محل کار می‌شود. پژوهش در مورد عدالت سازمانی گسترده است و شواهد تجربی کافی از ایده‌های حمایت می‌کند (کروپانزانو و همکاران، ۲۰۰۱). ابعاد عدالت پذیرفته شده شامل عدالت توزیعی، عدالت رویه‌ای و عدالت تعاملی می‌شود.

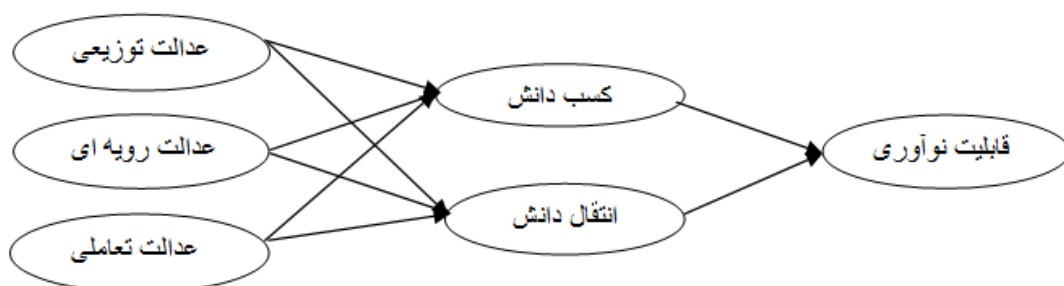
عدالت توزیعی ریشه‌اش در نظریه عدالت اجتماعی است و مبتنی بر این ایده است که رفتارهای اجتماعی توسط توزیع نتایج شرطی شده است. عدالت توزیعی تاکید بر انصاف در توزیع و تخصیص نتایج دارد. عدالت توزیعی نشان می‌دهد که رضایت یک تابع از نتیجه به طور خاص واقعیت و محتوای واضح قضیه است (ناباتچی، بینگهام و گود، ۲۰۰۷). عدالت توزیعی، منصفانه بودن نتایج را بیان می‌کند، رویکرد

نسبت به عدالت توزیعی در درجه اول مربوط به عوامل تعیین کننده ساختاری است. عوامل تعیین کننده ساختاری قوانین و زمینه های زیست محیطی در فرآیند تصمیم گیری هستند (گرین برگ، ۱۹۸۷). اغلب متمرکز روی پرداخت و اشکال دیگر جبران به عهوان نتایج است، عدالت توزیعی شامل بررسی ادراک از عدالت با توجه به نتایج دیگر از جمله انتساب اداری، ترفیع، عنوان شغلی، و امثال آن می شود. عدالت رویه ای اشاره به ادراک شرکت کنندگان در مورد منصفانه بودن قوانین و رویه هایی که فرآیند را تنظیم می کند دارد در حالیکه عدالت توزیعی رضایتی را نشان می دهد که تابعی از خروجی است (آستین و تویاسن، ۱۹۸۴). تیپو و واکر (۱۹۷۵) مفهوم عدالت رویه ای را معرفی کردند که فرآیندهایی را که از طریق آن توزیع های نتایج ایجاد می شود، بیان می کند. بیز و ماگ (۱۹۸۶) عدالت تعاملی را در بردارنده "نگرانی درمورد منصفانه بودن ارتباط بین فردی" توصیف کرد. عدالت بین فردی به درجه ای که مقامات با افراد با ادب، بزرگواری و احترام رفتار می کنند، اشاره دارد. تجربه عدالت بین فردی می تواند واکنش ها را نسبت به خنثی تصمیم تغییر دهد چون میزان حساسیت می تواند باعث شود افراد احساس بهتری در مورد یک نتیجه نامطلوب داشته باشند (کولیکیت و همکاران، ۲۰۰۱). عدالت رویه ای ادراک نسبت به عدالت با توجه به قوانین و مقررات استفاده شده در فرآیند پاداش یا مجازات است. کارمندانی که حس عدالت دارند با توجه به روش تمایل به درک توزیع پاداش و مجازات منصفانه دارند (گرینبرگ، ۱۹۸۷).

#### ۲-۴- پیشینه پژوهش

تانگ (۱۹۹۶) تلاش کرد تا رابطه پیچیده بین نوآوری و رقابت را در یک پژوهش بشناسد. این پژوهش یک ارتباط جدیدی از رقابت را ایجاد کرد. او نشان داد که رابطه بین نوآوری و رقابت می تواند مثبت یا منفی باشد. او ابتدا چهار شرایط محیطی را تعریف کرد و تغییرات محیطی را پیش بینی کرد. او ساختار سازمانی و نوآوری را تحت این شرایط بررسی کرد (دامن پور و گویالاکریشنن، ۱۹۹۸). کرونادو و دنیل (۲۰۰۸) عوامل داخلی و خارجی را که بر نوآوری شرکت اثر می گذارند، بررسی کردند. هدف این پژوهش پاسخ به این سوال بود که چگونه عوامل داخلی و خروجی استعداد نوآوری را تحت تاثیر قرار می دهد. ریموند نوآوری را به عنوان عامل کلیدی در بقا و توسعه شرکت های کوچک و متوسط می داند. هدف او ایجاد درک بهتری از اثر R&M و نوآوری است (کرونادو و دنیل، ۲۰۰۸). تامپسون (۲۰۰۱) رابطه بین عدالت و رضایت مشتری را در یک پژوهش سنجید. در این پژوهش، ابعاد ۳ گانه عدالت، عدالت توزیعی، عدالت رویه ای و تعاملی بررسی شد. نتایج نشان داد عدالت توزیعی بهترین پیش بینی کننده رضایت است. تحقیقات نشان داد که عدالت توزیعی یک عامل کلیدی در موفقیت سازمانی است (تامپسون، ۲۰۰۱).

#### ۳- مدل مفهومی و فرضیات



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش اقتباس شده از وانگ و نئو (۲۰۱۰)

#### ۳-۱- رابطه بین متغیرها

کروپانزانو، بوون و گیلیلاند (۲۰۰۷) دیدگاهشان این بود که عدالت نقش اساسی در ایجاد مزیت رقابتی برای سازمان و کارکنان دارد و همچنین اعتماد و تعهد بیشتری را ایجاد می کند که عملکرد شغلی، رفتارهای شهروندی مناسب را بهبود می بخشد، رضایت مشتری

وحد و فصل تضاد را افزایش می دهد. اعتماد، رضایت شغلی و تعهد عواملی هستند که رفتار به اشتراک گذاری دانش را تحت تاثیر قرار می دهند (ریدینگر و همکاران، ۲۰۰۲، چیانگ و همکاران، ۲۰۱۰). ادراک عدالت سازمانی، به عنوان عامل اساسی در محیط کاری، راهی را برای به اشتراک گذاری دانش فراهم می کند. عدالت سازمانی به عنوان یک ساختار سه بعدی: توزیعی، رویه ای و تعاملی معرفی شده است (زی-هونگ و همکاران، ۲۰۰۸) طرح های نوآوری به شدت تمایل به ایجاد ارزش در دانش، مهارت ها و تجربه کارکنان در فرآیند دارد. با توجه به این جنبه ها، به دلیل ویژگی های خاص شرکت، به اشتراک گذاری دانش، پیچیدگی اجتماعی و وابستگی به مسیر می تواند به عنوان یک ورودی با ارزش برای نوآوری در نظر گرفته شود (چیانگ و هوگ، ۲۰۱۰). واضح است که توانایی تبدیل و بهره برداری از دانش، ممکن است سطوح جدیدی از نوآوری از جمله روش هایی برای حل مشکلات محصولات جدید برای پاسخ سریع به تقاضای بازار و آنچه که باید انجام شود، ارائه دهد (مارینا دو، ۲۰۰۷). با این حال، زمانی که کارکنان مایل به اشتراک گذاشتن دانش خود هستند، می توانند تنها با مدیریت موثر دانش خود آن را عملی کنند. به اشتراک گذاری دانش به نوآوری در تیم، واحدها و همه قسمت های سازمان کمک می کند. برای انجام بهتر کار نوآورانه، کارکنان باید همیشه دانش ضمنی (مهارت یا تجربه) را از همکاران خود یادگیرند یا در جستجوی دانش صریح (شیوه ها و روش های نهادینه شده) در سازمان باشند. بنابراین یک شرکت می تواند از به اشتراک گذاری دانش در درون گروه ها یا سازمان ها ست استفاده کند که بسیار شبیه ایجاد ایده های جدید برای ارتقای فرصت های کسب و کار است. و در نهایت فعالیت های نوآوری را تسهیل کند (مایکل و نواز، ۲۰۰۸).

فرضیه اول: عدالت توزیعی تاثیر مثبتی بر کسب دانش دارد.

فرضیه دوم: عدالت توزیعی تاثیر مثبتی بر انتقال و یا واگذاری دانش دارد.

فرضیه سوم: عدالت رویه ای به طور مثبتی با کسب دانش مرتبط است.

فرضیه چهارم: عدالت رویه ای به طور مثبتی با واگذاری و انتقال دانش مرتبط است.

فرضیه پنجم: عدالت تعاملی به طور مثبتی با کسب دانش مرتبط است.

فرضیه ششم: عدالت رویه ای به طور مثبتی با انتقال دانش مرتبط است.

فرضیه هفتم: به اشتراک گذاری دانش (کسب دانش) می تواند بر قابلیت نوآوری سازمان تاثیر گذارند.

فرضیه هشتم: به اشتراک گذاری دانش (انتقال دانش) تاثیر مثبتی بر توانایی سازمان برای نوآوری دارد.

#### ۴- روش شناسی

این مطالعه به عنوان یک پژوهش توصیفی کاربردی با هدف بیان متغیرها و روابط بین آنها دسته بندی می شود. و با توجه به درجه دقت مورد نیاز در جمع آوری داده، طول مدت پژوهش و بودجه، پرسشنامه به عنوان بهترین روش برای جمع آوری داده در این پژوهش مورد استفاده قرار گرفت. متغیرهای پژوهش عبارتند از: عدالت رویه ای، توزیعی و تعاملی، قابلیت نوآوری و اشتراک دانش

#### ۴-۱- جمع آوری داده

به منظور پاسخ به پرسش های پژوهش، یک مطالعه تجربی در مشهد انجام شد. عناصر عدالت سازمانی توسط پژوهش نیثوف و همکاران (۱۹۹۳) بدست آمده است. همه عناصر مجموعه و انتقال دانش توسط ون دن هوف و دی ریدر (۲۰۰۴) ارائه شده است. عنصر قابلیت نوآوری سازگار با عناصر است (لین، ۲۰۰۷). همه عناصر روی ۵ گزینه مقیاس لیکرت از به شدت مخالف تا کاملا موافق ارزیابی شده است. داده ها با استفاده از Smart PLS ۲.۰ تجزیه و تحلیل شده است.

#### ۵-۱- جامعه پژوهش و نمونه

در میان شرکت های فعال در شهرک صنعتی توس در مشهد، ۳۰ شرکت انتخاب شد و ۷۰ عدد از پرسشنامه ها به مدیران این شرکت ها ارائه شد. همه پرسشنامه ها به دلیل حضور محقق جمع آوری شد.

۴.۳ روایی و پایایی ابزار

ضریب آلفای کروناخ، به عنوان رایج ترین آزمون ثبات درونی در مقیاس های چند عاملی، برای اندازه گیری مقیاس قابلیت اطمینان استفاده شد. جدول ۱ نتایج را نشان می دهد. از آنجای که ارزش همه این ضرایب برای تمام اجزا نزدیک یا بالاتر ۰.۷ است، ما می توانیم اعلام کنیم که پرسشنامه پژوهش سطح معقولی از قابلیت اعتماد را داراست (نانالی، ۱۹۷۸).

جدول ۱. نتایج قابلیت اطمینان پژوهش

قابلیت نوآوری	انتقال دانش	کسب دانش	عدالت تعاملی	عدالت رویه ای	عدالت توزیعی	متغیر
۰.۸۵۰	۰.۸۲۱	۰.۷۶۰	۰.۷۰۱	۰.۸۹۳	۰.۷۱۷	آلفای کروناخ

#### ۴-۴- تجزیه و تحلیل اکتشافی داده ها

قبل از تجزیه و تحلیل داده ها، تجزیه و تحلیل اکتشافی برای اطمینان از مفروضات پژوهش به طور کامل انجام شده است و از شرایط پیش نیاز برای اجرای هر روش تجزیه و تحلیل داده ه ای بر روی آنها برخوردار است. با توجه به نتایج مقدماتی ( نشان داده شده در جدول ۲)، آزمون های آماری پارامتری استفاده شد. از آنجا که هدف هر پروژه تحقیقاتی کشف رابطه و شناسایی قدرت آن برای مقاصد تخمین زدن است، این پژوهش از آزمون همبستگی و تحلیل رگرسیون به منظور تجزیه و تحلیل روابط ارائه شده، استفاده کرده است.

جدول ۲. نتایج آزمون کولموگروف- اسمیرنوف نرمال مبتنی بر داده

اهمیت (معنی داری)	نام متغیر
۰.۳۲۵	عدالت توزیعی
۰.۲۵۷	عدالت رویه ای
۰.۲۹۶	عدالت تعاملی
۰.۲۵۱	کسب دانش
۰.۳۶۹	انتقال دانش
۰.۳۱۲	قابلیت نوآوری

همانطور که در نمودار ۱ مشاهده می کنید، نقاط روی قطر یا خط راست مورب از سمت چپ پایین به سمت راست بالا که نشان می دهد انحراف زیادی از نرمال وجود ندارد قابل قبول هستند و نرمال بودن داده را تایید می کند (پالانت، ۲۰۱۰).

#### ۵- تجزیه و تحلیل داده

۵.۱ ویژگی های جمعیت شناختی پاسخ دهندگان

داده های جمع آوری شده برای این پژوهش، توسط ۳۰ شرکت واقع در شهر مشهد بدست آمده است. پاسخ دهندگان در محدوده سنی ۲۰-۲۵ سال (PP۱) و ۲۶-۳۱ سال (PP۲)، ۳۲-۳۷ سال (PP۱۷)، ۳۸-۴۵ سال ۴۰ و ۴۶ ساله و بیشتر (PP۱۰) هستند. از این نمونه، ۷۴٪ مذکر و ۲۶٪ مونث بودند که ۶۰٪ آنها متأهل و ۴۰٪ مجرد بودند. توزیع تحصیلات به شرح زیر است:  
کمتر از متوسطه (PP۱۳)، دیپلم (PP۲۰)، لیسانس (PP۳۳)، فوق لیسانس (PP۱۰)، دکترا (PP۳). تجربه کاری پاسخ دهندگان ۱ سال کمتر (PP۱)، ۱-۵ سال (PP۴)، ۶-۱۰ سال (PP۴۰)، ۱۱-۱۵ سال (PP۱۵)، بیشتر از ۱۵ سال (PP۱۰).

۵.۲ آزمون فرضیه ها

نرم افزار Smart PLS به طور همزمان ویژگی های روان سنجی اندازه گیری مدل و پارامترهای ساختاری مدل را ارزیابی کرده است. قابلیت اطمینان نتایج سنجیده شده در جدول ۳ نشان داده شده است.

جدول ۳. ارزیابی نهایی مدل اندازه گیری

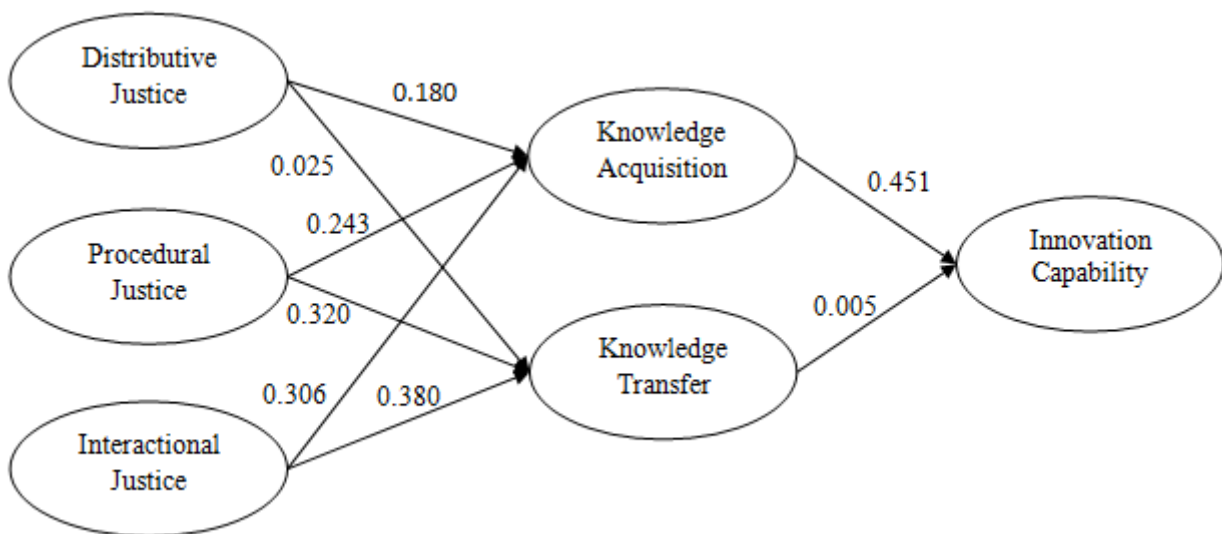
	AVE	Std. dev	Disjust	Projust	Interjust	Knowco	Knowdo	Innocapac
Disjust	۰.۶۲۵۴	۰.۹۶۵۲	۱					
Projust	۰.۶۳۲۱	۰.۹۴۵۶	۰.۶۲۱۵	۱				
Interjust	۰.۷۵۲۱	۰.۹۶۳۲	۰.۷۵۸۴	۰.۷۵۱۲	۱			
Knowco	۰.۶۲۵۴	۰.۹۱۲۶	۰.۶۲۵۱	۰.۷۵۶۲	۰.۷۴۵۲	۱		
Knowdo	۰.۶۱۲۰	۰.۹۲۵۶	۰.۷۵۲۶	۰.۶۵۴۸	۰.۶۱۹۶	۰.۵۳۶۲	۱	
Innocapac	۰.۶۳۹۵	۰.۸۲۱۶	۰.۶۱۲۵	۰.۶۸۱۵	۰.۸۵۲۱	۰.۵۹۸۶	۰.۵۱۲۶	۱

نتایج نشان می دهد که مقیاس از لحاظ قابلیت اطمینان، ثبات درونی و قابلیت اطمینان، ترکیب قابل قبولی است. بر اساس آن، مقیاس بالاتر از ۰.۵۰ (مطابق با پیشنهاد فرنل و لورا، ۱۹۸۱) است. جدول نتایج آزمون تشخیصی برای اعتبار مقیاس ها را ارائه می دهد. اعداد برجسته در ماتریس اشاره به ریشه مربع AVEs دارد که در همه حالتها بیشتر از تعداد خارج از قطر بود. (در ستون ها و ردیف ها) این نشان می دهد، اعتبار تشخیصی مقیاس تایید شده است. روایی همگرایی باید با استفاده از نرم افزار Smart PLS ارزیابی شود و استخراج بارهای عاملی و بارهای عرضی همه پارامترها در ساختار پنهان، نتایج در جدول ۴ نشان داده شده است. براساس این جدول، همه موارد روی سازه های مختلف از ۰.۷۱ تا ۰.۹۰ بارگذاری شده است. قانون مشترک نشان می دهد که اعتبار همگرا در همه زمان ها باید بیشتر از ۰.۷۰ (یو وعلوی، ۲۰۰۱) باشد و و هر بار سازه در مقایسه با سایر سازه های خاص متفاوت باشد. علاوه بر این، هر یک از بارهای عاملی از نظر آماری معنی دار ( $p < 0.01$ ) است، بارهای ارائه شده در جدول ۴، روایی همگرایی مقیاس سازه های پنهان را تایید می کند. لازم به ذکر است که برخی از این موارد به دلیل بارهای عاملی کمتر یا ارائه بارهای عاملی بیشتر حذف شده اند.

جدول ۴. بارهای عاملی و بارهای عرضی

	Disjust	Projust	Interjust	Knowco	Knowdo	Innocapac
Q1	۰.۷۵۶۴	۰.۵۹۶۳	۰.۳۶۱۲	۰.۳۱۵۶	۰.۳۶۵۹	۰.۳۲۵۶
Q2	۰.۳۶۵۲	۰.۹۵۶۲	۰.۸۴۶۵	۰.۶۱۵۲	۰.۳۳۲۵	۰.۵۲۱۶
Q3	۰.۶۴۲۶	۰.۶۹۵۳	۰.۳۶۵۵	۰.۹۵۱۲	۰.۶۵۲۱	۰.۳۶۵۴
Q4	۰.۴۵۹۸	۰.۴۸۹۶	۰.۵۹۵۳	۰.۳۵۲۶	۰.۲۵۴۹	۰.۶۵۶۲
Q5	۰.۹۵۴۱	۰.۵۴۹۷	۰.۶۴۲۳	۰.۵۴۹۶	۰.۴۵۶۸	۰.۳۴۸۴
Q6	۰.۶۹۵۴	۰.۵۶۴۶	۰.۳۴۶۶	۰.۳۹۷۵	۰.۵۶۲۱	۰.۶۴۶۶
Q7	۰.۳۶۵۸	۰.۳۵۴۸	۰.۳۲۴۵	۰.۴۱۶۹	۰.۶۱۴۲	۰.۶۹۵۱
Q8	۰.۴۵۶۲	۰.۶۵۴۲	۰.۶۵۲۳	۰.۳۹۴۵	۰.۳۴۸۴	۰.۴۲۳۵
Q9	۰.۴۱۵۶	۰.۳۲۵۹	۰.۸۷۴۶	۰.۹۵۴۱	۰.۵۴۹۷	۰.۶۵۹۵
Q10	۰.۳۹۸۵	۰.۹۵۹۵	۰.۳۴۶۶	۰.۹۷۹۴	۰.۵۲۶۴	۰.۳۶۵۲
Q11	۰.۸۷۴۵	۰.۴۵۲۱	۰.۳۴۸۴	۰.۹۵۴۱	۰.۲۶۷۶	۰.۶۷۶۵
Q12	۰.۶۲۵۴	۰.۶۱۴۸	۰.۳۶۵۲	۰.۳۴۶۶	۰.۳۵۲۶	۰.۲۵۴۹
Q13	۰.۳۹۱۵	۰.۳۹۵۱	۰.۶۸۴۵	۰.۳۵۴۶	۰.۴۶۴۹	۰.۵۲۶۴
Q14	۰.۳۱۲۵	۰.۷۵۳۶	۰.۶۴۲۶	۰.۶۱۱۳	۰.۳۹۴۵	۰.۳۲۴۵
Q15	۰.۶۲۱۵	۰.۶۱۴۲	۰.۶۹۵۱	۰.۶۴۲۶	۰.۲۶۷۶	۰.۸۷۴۶
Q16	۰.۳۲۶۹	۰.۹۵۴۸	۰.۴۸۵۶	۰.۴۵۶۴	۰.۶۱۱۳	۰.۶۷۴۶
Q17	۰.۳۲۵۸	۰.۶۵۴۲	۰.۳۴۸۴	۰.۳۴۶۶	۰.۳۶۵۲	۰.۴۵۶۸

Q۱۸	۰.۵۲۱۳	۰.۶۵۱۵	۰.۹۵۱۲	۰.۴۹۵۹	۰.۹۷۹۴	۰.۳۹۴۵
Q۱۹	۰.۶۴۵۲	۰.۵۲۶۴	۰.۶۵۱۲	۰.۶۴۶۲	۰.۴۵۶۴	۰.۶۷۹۴
Q۲۰	۰.۷۵۶۲	۰.۶۴۴۶	۰.۸۵۲۱	۰.۶۵۴۲	۰.۵۲۶۴	۰.۸۷۴۶
Q۲۱	۰.۶۵۱۲	۰.۶۴۶۵	۰.۶۴۵۶	۰.۴۵۶۸	۰.۵۶۷۶	۰.۶۹۷۶
Q۲۲	۰.۷۵۱۲	۰.۴۵۲۸	۰.۴۲۳۵	۰.۳۴۵۹	۰.۶۵۴۲	۰.۹۸۴۶
Q۲۳	۰.۲۶۴۹	۰.۸۵۵۴	۰.۶۴۵۱	۰.۵۶۴۶	۰.۸۷۴۶	۰.۹۵۴۱
Q۲۴	۰.۵۴۹۶	۰.۵۲۶۴	۰.۶۳۲۹	۰.۳۵۴۸	۰.۶۵۹۵	۰.۴۲۳۵
Q۲۵	۰.۶۹۶۳	۰.۷۵۲۱	۰.۶۹۸۶	۰.۵۲۶۴	۰.۳۶۵۲	۰.۶۴۴۵
Q۲۶	۰.۶۴۶۱	۰.۷۱۱۶	۰.۵۲۶۴	۰.۹۵۳۶	۰.۶۵۴۲	۰.۳۴۴۶
Q۲۷	۰.۴۱۹۲	۰.۳۴۶۶	۰.۳۶۶۶	۰.۴۲۱۳	۰.۵۲۶۴	۰.۵۲۶۴
Q۲۸	۰.۸۷۴۶	۰.۲۶۴۴	۰.۶۵۴۲	۰.۷۵۲۱	۰.۶۹۸۶	۰.۴۶۴۹
Q۲۹	۰.۴۹۲۶	۰.۴۴۵۶	۰.۶۱۵۴	۰.۹۹۴۴	۰.۸۷۴۶	۰.۶۴۶۵
Q۳۰	۰.۴۲۳۵	۰.۳۴۸۵	۰.۳۶۵۲	۰.۶۴۹۴	۰.۹۵۴۱	۰.۵۴۹۷
Q۳۱	۰.۵۶۸۶	۰.۶۹۸۵	۰.۶۵۲۳	۰.۶۵۴۹	۰.۳۶۵۲	۰.۶۱۱۳
Q۳۲	۰.۶۶۸۸	۰.۴۵۶۲	۰.۵۲۶۴	۰.۶۴۵۶	۰.۳۹۵۴	۰.۳۶۵۲
Q۳۳	۰.۳۹۴۵	۰.۶۹۸۸	۰.۵۶۲۱	۰.۳۵۲۶	۰.۲۵۴۹	۰.۴۲۳۵
Q۳۴	۰.۵۲۶۴	۰.۶۴۴۶	۰.۶۴۲۶	۰.۴۲۳۵	۰.۹۵۴۱	۰.۳۹۴۵
Q۳۵	۰.۳۹۵۴	۰.۳۶۵۲	۰.۴۶۹۱	۰.۶۵۴۱	۰.۸۷۴۶	۰.۳۹۴۵
Q۳۶	۰.۴۶۲۳	۰.۹۵۴۲	۰.۶۵۹۵	۰.۳۴۶۶	۰.۶۴۲۶	۰.۳۴۶۶
Q۳۷	۰.۶۴۳۵	۰.۴۲۳۵	۰.۳۶۵۲	۰.۶۵۲۱	۰.۳۶۵۲	۰.۴۶۹۱
Q۳۸	۰.۳۵۶۴	۰.۸۷۴۶	۰.۵۶۴۱	۰.۵۴۱۶	۰.۳۶۴۲	۰.۶۵۴۲
Q۳۹	۰.۵۶۵۴	۰.۶۴۴۲	۰.۴۵۴۱	۰.۳۶۵۵	۰.۶۵۴۲	۰.۳۲۴۵
Q۴۰	۰.۴۳۵۶	۰.۴۵۱۲	۰.۳۴۸۴	۰.۳۴۶۶	۰.۲۵۴۶	۰.۵۲۶۴



شکل ۲. مدل ساختاری با ضرایب مسیر

شرح شکل: معناداری در  $p < ۰.۰۰۱$ , معنا داری در  $p < ۰.۰۱$ , معناداری در  $p < ۰.۰۵$ , معناداری در  $p < ۰.۱۰$



شکل ۱ اشاره به نتایج مدل ساختاری دارد. تحت این شرایط، تجزیه و تحلیل میزان بقای مسیر نشان می دهد که عوامل پیش بینی کننده ساختار پنهان هستند. هر دو عدالت رویه ای و عدالت تعاملی تاثیر مثبتی بر جمع آوری و انتقال دانش دارند. به عبارت دیگر، این کاملاً روشن است که کسب دانش به طور مثبتی با قابلیت نوآوری شرکت در ارتباط است. با این حال، شکل ۱ نشان می دهد که فرضیه دوم و اول قابل تایید نیستند بنابراین رد خواهند شد، این باید ذکر شود که عدالت توزیعی به طور مثبتی به کسب دانش ( $p < 0.10$ ) مرتبط است. فرضیه هشتم که رابطه بین انتقال دانش و قابلیت نوآوری را نشان می دهد، تایید نشده است.

#### ۶- نتایج و گفتگو

انجام این پژوهش منجر به انحلال برخی از وقفه ها (وانگ) و (نو) در مورد رابطه بین عدالت سازمانی و به اشتراک گذاری دانش شده است. علاوه بر این، این منجر به شناسایی آن عواملی می شود که زمینه را برای افزایش به اشتراک گذاری دانش فراهم می کند. مطالعه حاضر همچنین شامل یک نشانه در مورد رابطه بین به اشتراک گذاری دانش و قابلیت نوآوری خواهد شد. مطالعه این مفاهیم در یک کشور در حال توسعه، یک پیشنهاد جدید به دنبال داشت. یافته ها اثر مثبت بر عدالت رویه ای و مجموعه داده تعاملی و انتقال دانش را نشان دادند. تنها بخشی از عدالت سازمانی، یعنی عدالت توزیعی، رابطه نسبتاً ضعیفی با جمع آوری دانش داشتند اما این در مورد انتقال دانش صدق نمی کند. فرضیه پنجم و چهارم و ششم رابطه مثبتی میان عدالت رویه ای، عدالت تعاملی و فرآیند به اشتراک گذاری دانش نشان دادند (انتقال و جمع آوری دانش) که مورد تایید قرار گرفت. فرضیه اول رابطه بین عدالت توزیعی و کسب دانش را نشان داد که به طور جزئی تایید شد. با این حال، فرضیه دوم، که اشاره به رابطه بین عدالت توزیعی و انتقال دانش داشت، رد شد. مطالعه حاضر، بینشی را در مورد عوامل بازدارنده و تحریک کننده به اشتراک گذاری دانش ارائه می کند. همان طور که ما در این پژوهش نشان دادیم، ادراک عدالت سازمانی، نقش مهمی را در به اشتراک گذاری دانش ایفا می کند. یافته های این پژوهش مطالعات نظری و تجربی قبلی را تایید می کند (دمیرل و کین، ۲۰۱۱، وانگ و نو، ۲۰۱۰).

#### ۷- نتیجه گیری

نتایج ما نشان داد که هر گونه بهبودی در عدالت می تواند نقش مهمی در به اشتراک گذاری دانش داشته باشد. عدالت سازمانی، یک مفهوم مهم در به اشتراک گذاری دانش سازمان ها است. یافته دیگر این مطالعه، در مورد رابطه بین به اشتراک گذاری دانش و قابلیت نوآوری است. اگرچه، یافته ها نشان داد که رابطه مثبتی بین کسب دانش و قابلیت نوآوری وجود دارد، انتقال دانش تاثیری بر توانایی نوآوری ندارد. بنابراین، نتایج نشان داد فرضیه هفتم تایید شد و فرضیه هشتم رد شد. یافته های این مطالعه در یک کشور در حال توسعه مطالعات نظری و تجربی قبلی را تایید میکند (زی-هوگ و همکاران، ۲۰۰۸). این یافته نشان می دهد انتقال دانش یک منبع با ارزش برای نوآوری سازمانی است. بنابراین، سازمان ها همیشه به دنبال راه های نوآورانه برای افزایش قابلیت های خود و نشان دادن توجه زیادی به اشتراک گذاری دانش هستند. تشویق و حمایت از فرهنگ به اشتراک گذاری در سازمان ها به احتمال زیاد منجر به انجام نوآوری مستمر می شود (لین، ۲۰۰۷). مطالعه حاضر، مانند مطالعات دیگر، بدون محدودیت نیست. مطالعه حاضر یک بلوک تعمیم یافته است. بنابراین، مطالعه آینده باید بیشتر شامل بخش ها و شرکت های مختلف شود. علاوه بر این، تحقیقات آینده ممکن است شامل عوامل فردی و سازمانی شرکت ها و مکانیزم های جستجو برای نقش آنها در به اشتراک گذاری دانش و قابلیت نوآوری شود.

۱. Argote, L., & Ingram, P. (۲۰۰۰). Knowledge transfer: A basis for competitive advantage in firms. Organizational behavior and human decision processes, ۸۲(۱), ۱۵۰-۱۶۹.
۲. Austin, W., & Tobiasen, J. M. (۱۹۸۴). Legal justice and the psychology of conflict resolution. In The sense of injustice (pp. ۲۲۷-۲۷۴). Springer US.
۳. Bies, R. J., & Moag, J. S. (۱۹۸۶). Interactional justice: Communication criteria of fairness. Research on negotiation in organizations, ۱(۱), ۴۳-۵۵.
۴. Byrne, Z. S., & Cropanzano, R. (۲۰۰۱). The history of organizational justice: The founders speak. Justice in the workplace: From theory to practice, ۲, ۳-۲۶.
۵. Calantone, R. J., Cavusgil, S. T., & Zhao, Y. (۲۰۰۲). Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance. Industrial marketing management, ۳۱(۶), ۵۱۵-۵۲۴.
۶. Chandy, R. K., & Tellis, G. J. (۲۰۰۰). The incumbent's curse? Incumbency, size, and radical product innovation. Journal of marketing, ۶۴(۳), ۱-۱۷.
۷. Chang, S. C., & Lee, M. S. (۲۰۰۸). The linkage between knowledge accumulation capability and organizational innovation. Journal of knowledge management, ۱۲(۱), ۳-۲۰.
۸. Chiang, Y. H., & Hung, K. P. (۲۰۱۰). Exploring open search strategies and perceived innovation performance from the perspective of inter-organizational knowledge flows. R&D Management, ۴۰, ۲۹۲-۲۹۹.
۹. Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (۱۹۹۰). Absorptive capacity: a new perspective on learning and innovation. Administrative science quarterly, ۱۲۸-۱۵۲.
۱۰. Colquitt, J. A., Conlon, D. E., Wesson, M. J., Porter, C. O., & Ng, K. Y. (۲۰۰۱). Justice at the millennium: a meta-analytic review of ۲۵ years of organizational justice research. Journal of applied psychology, ۸۶(۳), ۴۲۵.
۱۱. Coronado, D., Acosta, M., & Fernández, A. (۲۰۰۸). Attitudes to innovation in peripheral economic regions. Research Policy, ۳۷(۶), ۱۰۰۹-۱۰۲۱.
۱۲. Cropanzano, R., Bowen, D. E., & Gilliland, S. W. (۲۰۰۷). The management of organizational justice. The Academy of Management Perspectives, ۳۴-۴۸.
۱۳. Cropanzano, R., Rupp, D. E., Mohler, C. J., & Schminke, M. (۲۰۰۱). THREE ROADS TO ORGANIZATIONAL JUSTICE.
۱۴. Damanpour, F. (۱۹۹۶). Organizational complexity and innovation: developing and testing multiple contingency models. Management science, ۴۲(۵), ۶۹۳-۷۱۶.
۱۵. Damanpour, F., & Gopalakrishnan, S. (۱۹۹۸). Theories of organizational structure and innovation adoption: the role of environmental change. Journal of Engineering and Technology Management, ۱۵(۱), ۱-۲۴.
۱۶. Demirel, Y., & kin, Z. (۲۰۱۱), na yonelik bir arastirma, Turk Dunyasi Sosyal Bilimler Dergisi, ۵۶, ۹۹-۱۱۹.
۱۷. Du Plessis, M. (۲۰۰۷). The role of knowledge management in innovation. Journal of knowledge management, ۱۱(۴), ۲۰-۲۹.
۱۸. Dyer, J., & Nobeoka, K. (۲۰۰۲). Creating and managing a high performance knowledge-sharing network: the Toyota case.
۱۹. Gopalakrishnan, S., & Damanpour, F. (۱۹۹۷). A review of innovation research in economics, sociology and technology management. Omega, ۲۵(۱), ۱۵-۲۸.
۲۰. Green, S. G., Gavin, M. B., & Aiman-Smith, L. (۱۹۹۵). Assessing a multidimensional measure of radical technological innovation. Engineering Management, IEEE Transactions on, ۴۲(۳), ۲۰۳-۲۱۴.
۲۱. Greenberg, J. (۱۹۸۶). Determinants of perceived fairness of performance evaluations. Journal of applied psychology, ۷۱(۲), ۳۴۰.
۲۲. Greenberg, J. (۱۹۸۷). A taxonomy of organizational justice theories. Academy of Management review, ۱۲(۱), ۹-۲۲.
۲۳. Heffner, M., & Sharif, N. (۲۰۰۸). Knowledge fusion for technological innovation in organizations. Journal of Knowledge Management, ۱۲(۲), ۷۹-۹۳.
۲۴. Kogut, B., & Zander, U. (۱۹۹۲). Knowledge of the firm, combinative capabilities, and the replication of technology. Organization science, ۳(۳), ۳۸۳-۳۹۷.

۲۵. Liao, S. H., Fei, W. C., & Chen, C. C. (۲۰۰۷). Knowledge sharing, absorptive capacity, and innovation capability: an empirical study of Taiwan's knowledge-intensive industries. Journal of Information Science, ۳۳(۳), ۳۴۰-۳۵۹.
۲۶. Lin, C. P. (۲۰۰۷). To share or not to share: Modeling tacit knowledge sharing, its mediators and antecedents. Journal of business ethics, ۷۰(۴), ۴۱۱-۴۲۸.
۲۷. Lin, H. F., & Lee, G. G. (۲۰۰۴). Perceptions of senior managers toward knowledge-sharing behaviour. Management Decision, ۴۲(۱), ۱۰۸-۱۲۵.
۲۸. Nabatchi, T., Bingham, L. B., & Good, D. H. (۲۰۰۷). Organizational justice and workplace mediation: a six-factor model. International Journal of Conflict Management, ۱۸(۲), ۱۴۸-۱۷۴.
۲۹. Nickerson, J. A., & Zenger, T. R. (۲۰۰۴). A knowledge-based theory of the firm—The problem-solving perspective. Organization science, ۱۵(۶), ۶۱۷-۶۳۲.
۳۰. Niehoff, B. P., & Moorman, R. H. (۱۹۹۳). Justice as a mediator of the relationship between methods of monitoring and organizational citizenship behavior. Academy of Management journal, ۳۶(۳), ۵۲۷-۵۵۶.
۳۱. Nunnally, J. C. ۱۹۷۸. Psychometric Theory (۲) McGraw-Hill. New York.
۳۲. Pallant, J. (۲۰۱۰). SPSS survival manual: A step by step guide to data analysis using SPSS. McGraw-Hill International.
۳۳. References
۳۴. Reid, F. (۲۰۰۳). Creating a knowledge-sharing culture among diverse business units. Employment Relations Today, ۳۰(۳), ۴۳-۴۹.
۳۵. Ridings, C. M., Gefen, D., & Arinze, B. (۲۰۰۲). Some antecedents and effects of trust in virtual communities, The Journal of Strategic Information Systems, ۱۱ (۳-۴), ۲۷۱-۲۹۵.
۳۶. Scarborough, H. (۲۰۰۳). Knowledge management, HRM and the innovation process. International Journal of Manpower, ۲۴(۵), ۵۰۱-۵۱۶.
۳۷. Tang, T. L. P., & Sarsfield-Baldwin, L. J. (۱۹۹۶). Distributive and Procedural Justice as Related to Satisfaction and Commitment.
۳۸. Teo, T. S., & Lim, V. K. (۲۰۰۱). The effects of perceived justice on satisfaction and behavioral intentions: the case of computer purchase. International Journal of Retail & Distribution Management, ۲۹(۲), ۱۰۹-۱۲۵.
۳۹. Thibaut, J. W., & Walker, L. (۱۹۷۵). Procedural justice: A psychological analysis. L. Erlbaum Associates.
۴۰. Thompson, S. (۲۰۰۱). The Effects of Perceived Justice on satisfaction and Behavior Intentions: the Case of Computer Purchase: Journal of Distribution Management, ۲۹(۲), ۱۰۹-۱۲۴.
۴۱. van den Hooff, B., & de Leeuw van Weenen, F. (۲۰۰۴). Committed to share: commitment and CMC use as antecedents of knowledge sharing. Knowledge and Process Management, ۱۱(۱), ۱۳-۲۴.
۴۲. van den Hooff, B., & De Ridder, J. A. (۲۰۰۴). Knowledge sharing in context: the influence of organizational commitment, communication climate and CMC use on knowledge sharing. Journal of knowledge management, ۸(۶), ۱۱۷-۱۳۰.
۴۳. Wang, C. C. (۲۰۰۴). The influence of ethical and self-interest concerns on knowledge sharing intentions among managers: An empirical study. International Journal of Management, ۲۱(۳), ۳۷۰.
۴۴. Wang, S., & Noe, R. A. (۲۰۱۰). Knowledge sharing: A review and directions for future research. Human Resource Management Review, ۲۰(۲), ۱۱۵-۱۳۱.
۴۵. Weerawardena, J. (۲۰۰۳). Exploring the role of market learning capability in competitive strategy. European journal of marketing, ۳۷(۳/۴), ۴۰۷-۴۲۹.
۴۶. Witt, L. A. (۱۹۹۳). Reactions to work assignment as predictors of organizational commitment: The moderating effect of occupational identification. Journal of Business Research, ۲۶(۱), ۱۷-۳۰.
۴۷. Yoo, Y., & Alavi, M. (۲۰۰۱). Media and group cohesion: Relative influences on social presence, task participation, and group consensus. MIS quarterly, ۳۷(۱)-۳۹۰.
۴۸. Zhi-hong, S., Li-bo, F., & Shu, C. (۲۰۰۸, September). Knowledge sharing and innovation capability: Does absorptive capacity function as a mediator?. In Management Science and



سازمان مدیریت صنعتی  
نمابندگی آذربایجان شرقی

چهارمین کنفرانس ملی مدیریت، اقتصاد و حسابداری

۲۳ اردیبهشت ۱۳۹۵ - دانشگاه تبریز



Engineering, ۲۰۰۸, ICMSE ۲۰۰۸, ۱<sup>st</sup> Annual Conference Proceedings., International Conference on (pp. ۹۷۱-۹۷۶). IEEE.