

# مقالات تخصصی انگلیسی همراه با ترجمه فارسی

عرضه شده به صورت رایگان و اختصاصی در [لارک](#) عرضه

**توجه !**

این فایل از سری محصولات رایگان (فرمت PDF) ایران عرضه میباشد، لیکن

شما عزیزان میتوانید جهت تهیه مقالات تخصصی ترجمه شده این رشته به

صورت کامل و با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی

مقاله از نشریات معتبر خارجی ISI و Sciencedirect

(Elsevier، IEEE، Springer، Wiley)



**اینجا** کلیک نموده و با قیمت مناسب خریداری نمائید (تحويل آنی).

## عنوان مقاله: بررسی منشأ تنوع در مسائل مربوط به اتخاذ وآوری سازمانی - یک مطالعه ی تجربی در مورد مفر مدیران درباره ی مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم در تایوان

### چکیده:

مدیریت دانش رقابت سازمانی را افزایش می دهد. با این حال اتخاذ آن به پیچیدگی که بیان شده نمی باشد. بدون تصمیم آغازین مدیران در مورد مسائل نوآوری در جلسه ی سازمانی، هیچ عمل سازمانی بیشتری اتخاذ نخواهد شد، زیرا مدیران حق این را دارند تا در مورد اختصاص منابع در جلسه ی سازمانی تصمیم گیری کنند. علاوه بر این، فواید اتخاذ مدیریت دانش در مقایسه با ERP خیلی مشخص نیست، اما هنوز هزینه دارد. بنابراین این مطالعه نظر مدیران در مورد مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم و تأثیر آن بر روی تصمیم به بحث در مورد جلسه ی سازمانی، چه سودمند و چه غیرسودمند، را مورد مطالعه قرار داد.

کلا ۱۶۱ پرسشنامه ی برگشتی معتبر از مدیران با PLS تجزیه و تحلیل شدند. نتایج تأثیر معنی داری را از نظر مدیران در مورد تصمیم برای بحث در مورد مسائل نشان دادند. برای تشکیلات اقتصادی که تمایل به گسترش اتخاذ مدیریت علم دارند، حل مشکل نظر مدیران قبل از بحث در مورد مسائل در جلسه ی سازمانی، امکان آغاز و اتخاذ را فراهم می آورد.

مدیریت دانش در سازمان ها حائز اهمیت می باشد و باعث می شود تا تشکیلات اقتصادی، منابع سستی و قابلیت ها را به یک شیوه ی نوآورانه ی منحصر به فرد یکپارچه می کند و ارزش بیشتری را برای مشتری در مقایسه با رقبا ایجاد می کند. مثلا از طریق تسهیم علم کارمند در سازمان، دانش آن ازمان تبدیل به دانش سازمانی می شود و نوآوری سازمانی را ترغیب می کند. این باعث می شود که سازمان ها به صورت رقابتی باقی بمانند. همچنین بسیاری از محققین بر روی عملکرد مدیریت علم تمرکز می کنند. با این حال، اتخاذ مدیریت علم در تشکیلات اقتصادی تایوان به عمومیت و یکپارچگی آن چیزی که تحقیق آکادمیک مشخص کرده نمی باشد. بدون آغاز بحث در مورد مسائل مربوط به نوآوری در جلسه ی سازمانی، هیچ عمل ازمانی دیگری اتخاذ نخواهد شد. مدیران این حق را دارند تا در جلسه ی سازمانی شرکت کنند و در مورد اتخاذ منابع سازمانی تصمیم بگیرند. بنابراین، درک تمایل مدیران در مورد نوآوری مدیریت علم و تمایل آنها برای بحث در مورد مسائل مربوط به نوآوری در جلسه ی سازمانی در زمانی که تشکیلات اقتصادی تمایل به اتخاذ مدیریت یکپارچه تر دانش را دارند، مهم می باشد.

در اتخاذ نوآوری سازمانی، مدیران یک نقش مهمی را مخصوصا در تصمیم در مورد اتخاذ منابع سازمانی بازی می کنند. اگر یک سازمان به عنوان یک شخص در نظر گرفته شود، بدون شک مدیران نقش تفکر را بازی خواهند کرد. مدیران این حق را دارند تا در جلسه ی مدیریت شرکت کنند، در مورد مسائل بحث کنند، و در مورد اختصاص منابع ازمانی تصمیم بگیرند. مدیران نه فقط اطلاعات غیرمهم و نامرتبط را فیلتر می کنند، بلکه اطلاعات مهم را در ذهن خود نگه می دارند و پردازش بیشتری را برای پسنگویی کارآمد انجام می دهند. مثلا مدیران ممکن است در مورد مسائل مهمی در جلسه ی سازمانی بحث کنند و در مورد اطلاعات

مهمی که پردازش می کنند، تمیم گیری کنند. این عمل این مسائل را در سازمان قانونی می کند و این مسائل حتی بیشتر تبدیل به استراتژی سازمانی می شوند. با این حال منابع در سازمان ها محدود هستند. در تصمیم گیری در مورد اینکه کدام مسائل وارد دستور جلسه ی سازمانی می شوند، بسیاری از مسائل دیگر نیز برای احتمال برای ورود به دتور جلسه برای حصول اختصاص منبع سازمانی رقابت می کنند. اگر این مائل در دتور جلسه ی سازمانی بحث نشوند، دارای اعتبار سازمانی نشده اند و عملیات بیشتری در مورد آنها اتخاذ نمی شود. از این رو، تمایل مدیران برای این مسئله حائز اهمیت می باشد.

با این حال، با توانایی محدود در پردازش اطلاعات، انسان ها، من جمله مدیران، گروه های و دسته بندی های مختلف خود را در مرور اطلاعات بیان می کنند تا اطلاعات را ساده کنند و بار اطلاعات را از محیط خارجی به حداقل برسانند. از دیدگاه روانشناختی که شناخت و معرفت روی رفتار تأثیر می گذارند، «داتون» و «جکسون» این قضیه را پیشنهاد کردند که نظر مدیران در مورد مسائل روی اعمال سازمان ها تأثیر می گذارد، زیرا نظر مدیران نشاندهنده ی فرآیندهای معنادهی آنها در مورد مسئله و نشاندهنده ی دیدگاه سازمانها می باشد. بنابراین، این مطالعه نظر مدیران در مورد مدیریت علم و تأثیر نظر آنها بر روی تمایل آنها برای بحث در مورد مسائل را بررسی می کند.

همچنین در مورد نظرات مدیران، «داتون» و «جکسون» پیشنهاد می کنند که فرصت ها و تهدیدها دسته بندی اولیه هستند، زیرا آنها هم شامل اهمیت و هم جهت یابی برای آینده هستند. با این حال، از تقابلات متنواب ما با برخی از مدیران ارشد و CEO ها در تایوان، ما به این نکته رسیدیم که بسیاری از آنها سرمایه گذاری در مدیریت و فن آوری اطلاعات را بیشتر از آنکه سودمند باشد، پرهزینه و پردردسر دانسته اند. همچنین، با توسعه ی کامپیوتر و اینترنت، این امکان برای سازمان ها فراهم می آید تا از فن آوری اطلاعات برای ایجاد امکان

فعالیت های مدیریت علم استفاده کنند. بنابراین، این مطالعه نظر مدیران در مورد مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت دانش را به دو گروه «سودمند» و «پر دردسر» طبقه بندی می کند.

این مطالعه بر روی مسائل مربوط به مدیریت دانش تمرکز می کند و تمایل به درک نظر مدیران در مورد مدیریت علم دارد. با این حال، در مودر مفهوم مدیریت دانش، هیچ مفهوم منحصر به فردی در مورد مدیریت علم وجود ندارد و مفاهیم مختلف مدیران در مورد مدیریت علم ممکن است روی ارزیابی مدیران در مورد مسائل مربوط به پروژه ی مدیران تأثیر بگذارد. بنابراین، این مطالعه همچنین تأثیر مفهوم مدیریت علم از نظر مدیران بر روی نظر آنها در مورد این مسائل را بررسی می کند.

در سازمان ها، مدیران نقشی را برای پردازش اطلاعات و تصمیم گیری در مورد واکنش ها بازی می کنند. در نتیجه، نظر مدیران در مورد مسائل مربوط به نوآوری، مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم، روی اتخاذ مدیریت علم توسط سازمان ها تأثیر می گذارد. بنابراین این مطالعه نظر مدیران را در مورد مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم از دیدگاه های ایجاد دستور جلسه و یادگیری پیام بررسی می کند و همچنین تأثیر نظر آنها را در مورد تمایل آنها برای بحث در مورد مسائل مربوط به جلسه ی سازمانی بررسی می کند.

## ۲- مروری بر منابع

### ۲-۱- روش نظردهی و یادگیری پیام - رابطه ی بین نظر مدیران و تمایل رفتاری

وجود سازمان ها برای حصول هدف سازمانی می باشد. همچنین برای حصول این اهداف، مدیران سازمان ها نیاز به تغییر علمشان برای تشکیل مفهوم و حل مسائل بواسطه ی پردازش حافظه و تفکر دارند. اما برای کاهش بارگیری اطلاعات، مدیران پیام ها را مشخص می کنند.

طبقه بندی فرآیند ساخت معنادهی انسان ها می باشد و طبقه ها نتایجی هستند که انسان ها مسائل و پیام ها را در محیط بیرونی دسته بندی می کنند و از طریق زبان بیان می شوند. بسیاری از مطالعات در مورد هوش مصنوعی نیز دسته بندی ضربه ای را بررسی می کنند. مثلاً «آهارونی» و «فریدلوند» نحوه ی تأثیر گذاری دسته بندی کامپیوترها و انسان های مصاحبه گر به عنوان یک عامل اجتماعی بر روی واکنش های شرت کنندگان در برابر مصاحبه کننده طی یک مصاحبه ی آنلاین برای یک شغل ساختگی رقابتی را بررسی می کنند. شرکت کنندگان در زمانی که مصاحبه کننده به عنوان انسان شناخته می شود، نمایش های بین فردی بیشتری را ارائه می کنند. «کونگ» و «تانگ» سیستم تخصصی طبقه بندی حق اختراع را برای ایجاد امکان طبقه بندی اتوماتیک اسناد حق اختراع با مسائل مربوط به طبقه بندی چند دسته ای و عدن تعادل در دسته ایجاد می کنند.

«مرویس» و «روچ» حضور قابلیت طبقه بندی انسان را پیشنهاد می کنند و دسته ها را به عنوان نتایجی می بینند که انسان موضوعات و وقایع مختلف را دسته بندی می کند. در دسته بندی، یک مورد می تواند در سلسله مراتب مختلفی از طبقه بندی، گروه بندی شود و این طبقه بندی ها باعث تشکیل یک رده بندی در ذهن انسان می شوند. در این رده بندی، پایه ای ترین طبقه بندی، گروه های مربوط به ارزش حداکثر اطلاعات هستند که تشابه موارد یا وقایع را در دسته ی مشابهی بیش از تشابه موارد و وقایع در دسته های مختلف ایجاد می کند. با قابلیت های پردازش محدود اطلاعات، انسان ها اطلاعات را برای ساده سازی و کاهش بارگیری اطلاعات از محیط بیرونی دسته بندیمی کنند.

تئوری دسته بندی افراد را برای استفاده از طرح ها برای درک جهان در نظر می گیرد و در مورد نحوه ی تشکیل و استفاده ی افراد از مفاهیم طبیعی و اجتماعی در مورد موضوعات برای ساخت جهانی که می شناسند، بحث می کند. تئوری دسته بندی همچنین خود پیام را به عنوان

معنا در نظر می گیرد و فقط مسیرهایی را برای استفاده از دانش حفظ شده و ساخت معنا برای شنوندگان و خوانندگان فراهم می کند. بدین ترتیب، این طرح ها برای دریافت پیام جدید و استفاده از پیام قدیمی کمک خواهد کرد. مثلاً طرح های «جریان سرد» امل افت در دما، باد سرد، فاجعه ی سرد، و آنفلونزا و غیره می باشد. متعاقباً، اگر مردم در گزارشات هواشناسی در مورد جریان هوای سرد بشنوند، آنها تدارکات خاصی را در نظر خواهند داشت، مثل پوشیدن لباس های ضخیم تر، دستکش ها، جوراب های ضخیم و آماده سازی بخاری ها و غیره. تحقیق تجربی نشان می دهد که اگر هیچ الگوهای مناسبی برای استفاده وجود نداشته باشد، درک انسان ها و حافظه ی آنها بسیار ضعیف خواهد بود.

در دهه ی ۱۹۵۰، «هاولند» و همکاران همسالش تأکید می کنند که اطلاعاتی که فرد در مورد مسائلی به آنها فکر می کند، روی تغییر تمایلات آن فرد تأثیر خواهد گذاشت. این روش یادگیری پیام مشخص می کند که افراد تحت تأثیر منبع پیام، خود پیام، گیرنده های پیام، و کانال های فرستنده هستند. بر اساس روش یادگیری پیام، برای حصول رابطه ی ترغیب کننده، رابطه باید در ابتدا توجه افراد را به خود جلب کند و افراد باید بتوانند بحث و جمع بندی را در ذهن خود مرور کنند. این مرور ذهنی رابطه را بین مسائل و پاسخش برقرار می کند و همچنین مسیرهای حافظه ی بحث را ایجاد می کند. این مسیرها به طور خاص برای این محققین Yale مهم هستند زیرا آنها بحث می کنند که رابطه باید در ابتدا قبل از ترغیب شدن توسط افراد حفظ شود. در نتیجه، دسته بندی نق مهمی را در دریافت پیام توسط افراد بازی می کند. افراد معنا را با پیام تا زمانی که آن را حفظ کنند نمی دهند و دسته های پیام نه فقط بارگیری اطلاعات افراد را کاهش می دهد بلکه مسیرهایی را برا استفاده از رابطه ای که او حفظ می کند و معنا ایجاد می کند، مهیا می کند. در نتیجه دسته های موارد و موضوعات، رابطه ای را بین موارد و مسائل و تمایل رفتاری افراد ایجاد می کند. بنابراین، این مطالعه تأثیر

نظر مدیران در مورد مسائل پروژه ی مدیریت بر روی تمایل آنها برای بحث در مورد آن موضوع را بررسی می کند.

## ۲-۲- دیدگاه ایجاد دستور جلسه - فاکتورهای تأثیرگذار بر روی نظر مدیران

دیدگاه ایجاد دستور جلسه در مدیریت سیاست گذاری عمومی تاریخیچه ی طولانی دارد. مثلاً «کینگدون» در کتاب پیشنهاد کرده است که چرا به ظواهر برخی از مسائل اهمیت داده می شود و به برخی دیگر داده نمی شود. با مسائل با اهمیت مشابه نیز به طور مساوی برخورد نمی شود. حتی برخی مسائلی که مهم نیستند در دستور جلسه لیست می شود، اما مسائل اهمیت از لیست خارج می شوند.

«داتون» دیدگاه ایجاد دستور جلسه را پیشنهاد می کند که جدای از تأکید بر روی بهینه سازی منطقی تصمیم گیری در روان شناسی می باشد. او توضیح می دهد که مسائل استراتژیک شبیه خود مسائل استراتژیک نیستند. همچنین تصمیم گیرندگان گزینه های شناختی منحصر به فرد خودشان را در پردازش اطلاعات دارند. بنابراین، نیروهای منطقی وجود دارند که باعث می شوند برخی از مسائل توجهی را جلب نکنند و در نتیجه برخی دیگر از مسائل در مقایسه با بقیه به راحتی پذیرفته می شوند. این باعث می شود که فرآیندهایی ایجاد شوند که بواسطه ی آنها سازمان ها مسائلی را که شبیه فرآیندهای اجتماعی و سیاسی هستن را فیلتر کنند.

در دیدگاه «داتون»، فاکتورهای سازمانی درونی روی بحث در مورد مسئله ی سازمانی تأثیر می گذارند که شامل محتوای مختص آن مورد و محتوای سازمانی می باشد. در حالی که همچنین او پیشنهاد می کند که فقط بواسطه ی استفاده از برجستگی مسئله، مشخصه های اسپانسر، و ساختار دستور جلسه، مسائل نیرو می گیرند و بدین ترتیب دستکاری و استفاده باعث افزایش

احتمال مسائل برای ورود به دستور جلسه می شود. «داوکینز» همچنین در مورد مدیریت مسئله بحث می کند و یک مدل مفهومی را با مطالعه ی موردی پیشنهاد می کند. او تأثیر حضور تنظیم کننده ی حرکت مسئله را بر روی مدیریت مسئله ی مدیریت توضیح می دهد. بنابراین، در این مطالعه، ما اساساً تأثیر برجستگی مسئله و وجود اسپانسر یا اسپانسرها را بر روی نظر مدیران در مورد مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم بررسی می کنیم. همچنین در مورد ساختار دستور جلسه، ما بحث می کنیم که با منابع محدودتر و کمتر نسبت به کشورها، فشارهای محیطی سازمانها را مجبور خواهد کرد تا مسائل تأثیر استراتژیک را مشخص کنند یا اینکه سازمان ها با بحران موجود به مدت طولانی مواجه خواهند بود. یک کشور یک سازمان بزرگ می باشد و مسیر اختصاص منابع آن بواسطه ی بحث در مورد سازمان های قانونی انجام می شود. همچنین تشکیلات اقتصادی سازمان هستند، اما منابع آنها محدودتر می باشد. به طور طبیعی، تخصیص منابع در این سازمان ها باید محتاطانه تر باشد. بنابراین، این مطالعه بر روی تأثیر برجستگی موضوع و حضور اسپانسر یا اسپانسرها در دستور جلسه ی مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت دانش از دیدگاه ایجاد دستور جلسه تمرکز می کند.

## ۲-۳- فرضیات تحقیق

۲-۳-۱- تأثیر نظر مدیران در مورد مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم بر روی تمایل آنها برای بحث در مورد مسائل

تحقیق در مورد تمایل اساساً از مطالعات «بین» و «آژن» حاصل می شود. آنها تمایل رفتاری را به عنوان توانایی می بینند که افراد رفتار خاصی را بروز می دهند و تمایل فردی می تواند

رفتار حقیقی را پیش بینی کند یا توضیح دهد. تحقیقات در مورد تمایل طولانی و گسترده بوده است. مثلاً «دیویس» مدل TAM را پیشنهاد می دهد که بحث می کند که تمایل رفتار فرد اساساً تحت تأثیر تمایلات او در مورد رفتار می باشد و این تمایلات شامل سودمندی درک شده و سادگی استفاده ی درک شده می باشد. با این حال، در این مطالعه ما نظر مدیران را در مورد مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم بررسی می کنیم زیرا دسته های پیام مسیرهایی را برای دریافت رابطه ای که حفظ می کند و معنا ایجاد می کند برای دریافت کنندگان پیام مهیا می کند و روی تغییر اعتقاد، تمایلات و رفتارهای افراد تأثیر می گذارد. بنابراین، این مطالعه تأثیر نظر مدیران در مورد مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم بر روی تمایل آنها برای بحث در مورد مسائل را بررسی می کند و این دسته به درجه ای اطلاق می شود که مدیران مدیریت علم را به عنوان سودمند یا پر دردسر اطلاق می کند. فرضیه ی ۱ به شکل زیر می باشد:

فرضیه ی ۱: نظر مدیران در مورد مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم دارای تأثیر مثبتی بر روی تمایل آنها برای بحث در مورد موضوعات دارد.

۲-۳-۲- تأثیر برجستگی مورد بر روی نظر مدیران در مورد مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم

بر اساس نوشته های «داتون»، با استفاده از برجستگی مورد و با دستکاری آن، مسائل می توانند برای ورود به دستور جلسه سازمان نیرو یابند. از روش یادگیری پیام، دستکاری برجستگی مورد می تواند به عنوان تأثیر خود پیام بر روی تمایلات افراد دیده شود. بنابراین، این مطالعه تأثیر برجستگی مسئله را بر روی دسته بندی مدیران برای مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم بررسی می کند. برجستگی مسئله شامل اهمیت، فصاحت، سادگی و فوریت می باشد. با این حال، هم فصاحت و هم سادگی به قابل درک بودن در مورد مسئله اشاره می

کند؛ این مطالعه از قابل درک بودن برای تعیین برجستگی موضوع استفاده می کند. در کنار این، سازمان اغلب از فن آوری اطلاعات برای ایجاد امکان مدیریت دانش استفاده می کند و فن آوری اطلاعات به مدت طولانی به عنوان سوددهی در سازمان ها بحث شده است. بنابراین، این مطالعه همچنین شامل قابل رؤیت بودن سود برای تعیین برجستگی موضوع مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم می باشد. توضیحات بیشتر به این شرح می باشند:

در مورد اهمیت، این مفهوم به تأثیر مسئله بر روی هدف استراتژیک سازمانی یعنی اندازه و بزرگی اشاره دارد. تفاوت ها در استراتژی سازمانی و سرمایه گذاری قبلی سازمانی، مسئله را از لحاظ اهمیتش متفاوت می کند. در نتیجه، حتی مسئله ی مشابه اهمیت متفاوتی در سازمان های مختلف دارد. طی سال های اخیر، تحقیق بیشتری بر روی اهمیت استراتژیک مدیریت علم تأکید می کند. مثلاً «کلایلا» استراتژی دانش را برای استفاده ی کارآمدانه ی مدیریت دانش سازمانی و حصول هدف سازمانی پیشنهاد می کند. با اهمیت مدیریت دانش در سازمان ها، فرضیه ی ۲ استنباط می شود.

فرضیه ی ۲: اهمیت مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم تأثیر مثبتی بر روی نظر مدیران در مورد مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم دارند.

گذشته از اهمیت، فصاحت و سادگی همچنین به طور غیرمستقیم روی ورود مسائل بدرون دستور جلسه ی سازمانی تأثیر می گذارد. درجه ی متفاوتی از فصاحت، حامیان مختلفی را جلب می کند. مسائل خیلی سخت، حامیان محدودی را جلب می کنند، اما مسائل خیلی فصیح کمتر نظر حامیان را به خود جلب می کنند. همچنین مسائل ساده براحتی فهمیده می شوند، اما مسائل پیچیده شرایط مشابهی با مسائل خیلی فصیح دارند و شانس کمتری برای ورود به دستور جلسه دارند. بدلیل اینکه فصاحت و سادگی به درجه ای اشاره می کنند که افراد مسائل را می فهمند، این مطالعه قابل درک بودن را برای بررسی تأثیر آ» بر روی نظر

مدیران در مورد مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم را بررسی می کند. فرضیه ی ۳ استنباط می شود.

فرضیه ی ۳: قابل درک بودن مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم دارای تأثیر مثبتی بر روی نظر مدیران در مورد مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم دارد.

فشار زمانی هم یک فاکتور مهم است که روی تمایلات مدیران در مورد مسائل تأثیر می گذارد و باعث تقویت تمایل برای سرمایه گذاری از منابع بر روی مسئله ی «داتون» می شود. اگر اتخاذ عمل مناسب با مسئله بسیار ضروری باشد، برخی از سازمان ها حتی آن را به عنوان بحران در نظر می گیرند و از روش متفاوتی برای حل مسئله استفاده می کنند تا اینکه از روش های استاندارد استفاده کنند. بنابراین، فوریت دارای تأثیر مثبتی بر روی نظرات مدیران در مورد مسائل دارد. فرضیه ی ۴ استنباط می شود.

فرضیه ی ۴: فوریت مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم دارای تأثیر مثبتی بر روی نظر مدیران در مورد مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم دارد.

مشخصه ی مورد آخر قابل مشاهده بودن سود است. سازمان ها اغلب از فن آوری اطلاعات برای ایجاد امکان مدیریت دانش استفاده می کنند. با توسعه ی کامپیوتر و اینترنت، این امکان برای سازمان ها بوجود می آید که از فن آوری اطلاعات برای کمک به فعالیت های مدیریت علم استفاده کنند. استقرار جامعه ی داخلی اجتماعی و پایه های دانش و علم مثال هایی از این مورد هستند. با این حال، تعیین سود حاصل از فن آوری اطلاعات مدت های زیادی است که برای سازمان ها مشکل بوده است. سرمایه گذاری در فن آوری اطلاعات اغلب هزینه و دردسر بیشتری را اشاره می کند. بنابراین، ما بحث می کنیم که قابل دید بودن سود یک مشخصه ی مهمی است که روی نظر مدیران در مورد مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم تأثیر می گذارد. فرضیه ی ۵ استنباط می شود.

فرضیه ی ۵: قابل دید بودن سود مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم دارای تأثیر مثبتی بر روی نظر مدیران در مورد مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم دارد.

۲-۳-۳- تأثیر اسپانسر یا اسپانسرهای مسئله بر روی نظر مدیران در مورد مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم

بیشتر مقالات در مورد تأثیر پشتیبان ها و حامیان بحث می کنند. مثلاً در مورد اتخاذ نوآوری سازمانی، «شون» نقش پشتیبان نوآوری را تعیین کرده است. او پیشنهاد می کند که فقط از طریق حمایت از پشتیبان های نوآوری، ایده های جدید می توانند در سازمان ها باقی بمانند. بدلیل اینکه پشتیبان ها ایده های جدید را به عنوان ایده هایش در نظر می گیرد، او به صورت فعال از روش های مختلفی استفاده می کند، مثل استفاده از کانال های غیررسمی یا تضمین ایده ها با اعتبار خودش برای ترغیب اعضای سازمانی دیگر برای حمایت از ایده ها. همچنین «ریچ» و «بن باسات» پیشنهاد می کنند که پشتیبان های فن آوری اطلاعات نه فقط فن آوری اطلاعات را در مرحله ی اولیه ترغیب میکنند، بلکه بر موانع مختلف غلبه می کنند تا سازمان ها را مجبور کنند تا از فن آوری اطلاعات بهره بگیرند. این پشتیبان ها همچنین نقشی را برای حل مقاومت سازمانی در مرحله ی آخر به کار گیری بازی می کنند.

با این حال، جدای از وکیل مدافعان نوآوری که از اتخاذ فن آوری جدید حمایت می کنند، «داتون» اسپانسرهای مسئله را پیشنهاد می کند و بحث می کند که اسپانسرهای مسئله بر روی تقویت سازی نیروی مسائل برای وارد کردن آنها به صورت جلسه تمرکز می کنند. اسپانسر های مسئله نقشی را بازی می کنند که مفاهیم مسائل را کنترل می کند و بنابراین روی ورود مسئله بدرون دستور جلسه ی سازمانی تأثیر می گذارد. از دیدگاه روش یادگیری پیام، اسپانسرهای پیام که مسائل را برای مجبور کردن دیگر اعضا برای پذیرفتن مسائل ترغیب می کنند، منابع پیام مهمی هستند و تأثیری بر روی تمایلات گیرندگان پیام دارند. با این حال، همه

ی سازمان ها اسپانسرهای مسئله برای را ندارند. بنابراین، این مطالعه تأثیر حضور اسپانسر مسئله را بر روی نظرات مدیران در مورد مسائل بررسی می کند. فرضیه ی ۶ استنباط می شود.

فرضیه ی ۶: حضور اسپانسر یا اسپانسرهای مسئله مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم دارای تأثیر مثبتی بر روی نظر مدیران در مورد مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم دارد.

۲-۳-۴- تأثیر نمایه ی مفهوم مدیریت علم مدیران بر روی برجستگی مسئله ی مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم

مفاهیم منحصر به فردی در مورد مدیریت دانش وجود ندارد. مثلاً، «داونپورت» و «پروساک» سه هدف معمول را در مدیریت دانش از ۳۱ پروژه ی مدیریت دانش در ۲۴ سازمان پیدا می کنند. «راگلز» به طور تجربی فعالیت های کلیدی KM را از ۴۳۱ سازمان جمع می کند که مدیریت دانش را در اروپا و آمریکا اتخاذ می کنند. فعالیت های کلیدی KM شامل ایجاد یک شبکه ی درونی یا اینترنت، ایجاد مخزن علم، ذخیره کردن داده ها، ایجاد شبکه های داخلی کارکنان علم، به کارگیری گروه ابزار برای حمایت از کار اشتراکی، نقشه برداری از منابع داخلی، اجرای محصولات و خدمات بر پایه ی دانش، ایجاد قوانین جدید علم، و به کارگیری ابزارهای حمایت از تصمیم. «مارویک» همچنین فن آوری های اطلاعات را بر اساس مدل ایجاد دانش پیشنهاد شده توسط «نوناکا» و «تاکوچی» طبقه بندی می کند که شامل کنفرانس اینترنتی، تسهیلات و امکانات گروه ابزار، طبقه بندی خود به خود اسناد، و جستجوی اسناد و غیره می باشد.

نمایه ی مفهوم مدیریت دانش مختلف است. با این حال بدون نمایه ی مشابه مفهوم در مورد مدیریت دانش، ارزیابی مدیران در مورد برجستگی موضوع ممکن است فرق داشته باشد. تفاوت نمایه ی مدیران در مورد مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم می تواند روی

ارزیابی آنها در مورد موضوع تأثیر بگذارد. بنابراین، این مطالعه تأثیر نمایه ی مفهوم مدیریت علم مدیران را در ارزیابی برجستگی موضوع در آنها بررسی می کند.

همچنین در بین مفاهیم مختلف نمایه ی پروژه ی مدیریت علم ، این مطالعه فعالیت های کلیدی KM جمع آوری شده توسط «راگلز» را به کار می گیرد. فعالیت های کلیدی KM شامل این موارد هستند: (۱) ایجاد یک اینترنت؛ (۲) ایجاد مخزن علم؛ (۳) ذخیره ی داده ها؛ (۴) ایجاد شبکه های داخلی کارکنان علم؛ (۵) به کار گیری ابزارگروه برای حمایت از کار گروهی؛ (۶) نقشه برداری از منابع داخلی؛ (۷) اجرای محصولات و خدمات جدید وابسته به علم؛ (۸) استقرار قوانین جدید علم؛ (۹) به کار گیری ابزارهای حمایت از تصمیم. همچنین آنها شامل هر دوی عناصر فنی و عناصر مدیریتی می باشند. این فعالیت ها همچنین فعالیتهای مهمی از مدیریت علم سازمان را بیشتر از تمرکز بر روی نقش فن آوری اطلاعات پوشش می دهد. همچنین «مک کین» و «استیپلس» نیز به فعالیت های کلیدی KM در مطالعه شان اشاره می کنند. بنابراین، نمایه ی مدیریت دانش در این مطالعه به مفهوم فعالیت های کلیدی KM پیشنهاد شده توسط «راگلز» اطلاق می شود.

جدای از نوآوری هایی مثل ERP، مفهوم مدیریت علم مبهم است و بیشتر از آنکه رادیکال باشد، بیشتر حالت افزاینده دارد. بدون مفهوم مطلق، برجستگی درک شده ی موضوع مدیران در مورد مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم ممکن فرق داشته باشد. علاوه بر این، فوایدی که مدیریت علم می تواند به همراه داشته باشد در مقایسه با ERP خیلی مخص نمی باشد. بنابراین، این مطالعه تأثیر نمایه ی مفهوم مدیریت علم مدیران بر روی برجستگی موضوعی که آنها ارزیابی می کنند را بررسی می کند. فرضیه های  $Va$  و  $Vb$  استنباط می شوند. فرضیه ی  $Va$ : نمایه ی مفهوم مدیریت دانش مدیران، تأثیر مثبتی بر روی اهمیت درک شده ی مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم دارد.

فرضیه ی ۷b: نمایه ی مفهوم مدیریت دانش مدیران، تأثیر مثبتی بر روی قابل درک بودن درک شده ی مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم دارد.

فرضیه ی ۷c: نمایه ی مفهوم مدیریت دانش مدیران، تأثیر مثبتی بر روی فوریت درک شده ی مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم دارد.

فرضیه ی ۷d: نمایه ی مفهوم مدیریت دانش مدیران، تأثیر مثبتی بر روی قابل دید بودن سود درک شده ی مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم دارد.

### ۳- روش شناسی تحقیق

این مطالعه از یک بررسی کمی برای تست کردن تجربی فرضیه ها استفاده می کند. در این روش آنالیز، از PLS (مربع حداقل جزئی) برای آزمودن روابط متغیر استفاده می شود. در مورد سنجش نظر مدیران، به دلیل اینکه «فیشبین» و «آژن» پیشنهاد می کنند که تمایل به رفتار به ارزیابی یکپارچه ی فرد نان دهنده ی آن رفتار اطلاق می شود، مقیاس این نظر در مورد مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم، درجه ای را می سنجد که در آن، مدیران فکر می کنند که مسائل پروژه می توانند وارد بحث اقتصادی شوند؛ «درد سر» به درجه ی درک شده ای اطلاق می شود که در آن، مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم می توانند باعث بروز هزینه های اضافی در کار اقتصادی شوند. این سنجش بر اساس پیشنهاد «فیشبین» و «آژن» در مورد تمایلات رفتاری توسعه می یابد.

در مورد سنجش برجستگی موضوع مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم، در این مطالعه از مفهوم «داتون» استفاده می شود. در مورد اهمیت فوریت، ما از سنجش برجستگی موضوع «لین»، «چن» و «چانگ» (در حال چاپ) استفاده می کنیم. با این حال، بدلیل اینکه بیشتر مفهوم

مدیریت علم، کاربرد فن آوری اطلاعات و فواید تکنولوژی اطلاعات را پوشش می دهد، مشابه نیستند، این مطالعه شامل سنجش قابل دید بودن سود در مورد مسائل مربوط به مدیریت علم می باشد. همچنین بدلیل اینکه هم فصاحت و سادگی به درجه ای اشاره می کند که افراد مسائل را درک می کنند، این مطالعه از قابل درک بودن برای بررسی تأثیر آن بر روی نظر مدیران در مورد مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم استفاده می کند. علاوه بر این، در مورد اسپانسرهای موضوع، خود این سنجش از پاسخ دهندگان در مورد وجود حمایت کنندگان می پرسد. مفهوم نمایه ی مدیریت دانش به عنوان درجه ای سنجیده می شود که در آن مدیران فکر کردند که فعالیت های کلیدی KM پیشنهاد شده توسط «راگلز» باید در مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم پوشش داده شود. نهایتاً قدرت تمایل مدیران برای بحث در مورد مسائل مربوط به پروژه ی مدیریت علم، درجه ای را می سنجد که مدیران در زمانی که مسائل در دستور جلسه ی سازمانی می باشد، مسائل را به بحث می نشینند.

برای حصول اطمینان از اعتبار محتوای سنجش، یک گروه ارزیابی محتوا که از سه تن از مدیران، سه پروفیسور، و چهار دانشجوی دکترا تشکیل شده، این سنجش را مرور کردند. سپس کلا سه موضوع به کار گرفته می شوند؛ این مقیاس در یک مقیاس ۷ نمره ای «لیکرت» سنجیده شد.

### ۳-۱- جمع آوری داده ها

کلا ۱۶۱ پرسشنامه از بین ۴۹۹ پرسشنامه ی فرستاده شده در تایوان برگشت داده شد. «چین» در سال ۱۹۹۷، «ماجراک»، «بیث»، «لیم» و «چین» در سال ۲۰۰۵ و «مارکولیدس» و «کارول» در سال ۲۰۰۶ پیشنهاد کردند که در زمان آنالیز با PLS، اندازه ی نمونه در مقایسه با تعداد بزرگتر مسیر مدل تصدیق شده باید حداقل ۱۰-۵ برابر بزرگتر باشد تا پایداری نتیجه ی آنالیز تضمین

شود. بزرگترین عدد مسیر در این مدل در این مطالعه ۱۰ بود و اندازه ی کلی نمونه ۱۶۱ بود؛ بنابراین اتخاذ PLS برای آنالیز داده ها مناسب بود.

در بین پاسخ دهندگان، ۸۰ تای آنها مدیران سطح بالا بودند و ۸۱ تای آنها نذیران سطوح پایین تر بودند. همچنین ۱۰۲ تای آنها به مدت ۱۰ سال در آن کار مشغول بودند. همچنین بیشتر پاسخ دهندگان، عوامل اجرایی و مدیران ارشد بودند. اطلاعات پاسخ دهندگان در جدول ۱-۳ نشان داده شده است.

#### ۴- آنالیز داده ها

##### ۴-۱- آنالیز فاکتور

برای تضمین از اعتبار همگرای ساختارهای سنجش توسعه یافته، آنالیز فاکتور با چرخش واریماکس آنالیز شد. با این حال به این دلیل که مفهوم نمایه ی مدیریت دانش برای سنجش درجه ای بود که مدیران فکر می کنند که فعالیت های KM باید در مفهوم مدیریت علم آنها پوشش داده شوند. بنابراین، نمره ی میانگین فعالیت های کلیدی KM برای آنالیز بیشتر داده ها استفاده شد.

در مورد بارگیری فاکتور، بر اساس «هر»، «اندرسون»، «تاتان» و «بلک»، بارگیری های فاکتور ساختارها بستگی به اندازه ی نمونه دارد که در جدول ۴ نشان داده شده است. اندازه ی نمونه در مطالعه ی ما ۱۶۱ بود. بدین ترتیب، بارگیری های فاکتور باید حداقل ۰/۴۵ باشد. آلفای کرونباخ هم کارآمدی فاکتور را مهیا کرد.

#### ۴-۱-۱- نظر

برای تضمین کفایت آنالیز فاکتور سنج نظر، تست KMO و بارلت در ابتدا آنالیز شد. مقدار KMO ۰/۸۹۵ و  $X^2$  تست بارلت حالت کروی ۵۶۸/۳۸۸ با میزان معنی دار ۰/۰۰۰ می باشد. بنابراین آنالیز فاکتور بیشتر آنالیز شد. با این حال، در بین موارد سؤال، سؤال ۶ دارای بارگیری کمتر از ۰/۴۵ بود و برای تضمین اعتبار همگرای ساختارها بود. نتیجه ی بارگیری های فاکتور در جدول ۵ با کارآمدی ترکیبی نشان داده شده است. نتایج بارگیری های پذیرفته شده به طور معمول و کارآمدی در مقالات IS آمده است. نمره های این فاکتور در آنالیزهای داده های دیگر استفاده شد.

#### ۴-۱-۲- برجستگی موضوع

مقدار KMO برای کفایت آنالیز فاکتور در مورد برجستگی موضوع ۰/۹۲۵ بود.  $X^2$  تست بارلت کروی بودن ۲۱۹۰/۲۴۹ با مقدار معنی دار ۰/۰۰۰ بود. بنابراین آنالیز فاکتور بیشتر آنالیز شد. با این حال، با هر دو بارگیری بالای جانبی در دو فاکتور، سؤالات مورد اول و دوم از قابل دید بودن سود و سؤال مورد دوم در مورد فوریت حذف شدند تا اعتبار همگرای ساختارها تضمین شود. نتیجه ی بارگیری های فاکتور در جدول ۶ نشان داده شده و کارآمدی ترکیبی مهیا شده است. نتایج بارگیری های پذیرفته شده به طور عمومی و کارآمدی را در مقالات IS نشان دادن. نمره های فاکتور در آنالیز داده های بیشتر مورد استفاده قرار گرفتند.

#### ۴-۱-۳- تمایل به بحث

برای تضمین اعتبار همگرای تمایل به بحث، آنالیز فاکتور با چرخش واریماکس آنالیز شد. مقدار  $KMO = 0.757$  و  $X^2$  تست بارلت  $420/338$  با مقدار معنی دار  $0/000$  بود. بنابراین آنالیز فاکتور بیشتر مورد آنالیز شد. نتیجه ی بارگیری های فاکتور در جدول ۷ به همراه کارآمدی ترکیبی نشان داده شده ات. این نتایج بارگیری های پذیرفته شده به ورت معمول و کارآمدی را در مقالات  $IS$  نشان داد. نمره های فاکتور در آنالیز داده های بیشتر مورد استفاده قرار گرفت.

#### ۴-۲- آنالیز PLS

بعد از آنالیز فاکتور برای اعتبار همگرا و کارآمدی، PLS برای تست کردن فرضیه ها آنالیز شد. «چین» و «ماچاک» و همکاران پیشنهاد کرده اند که اندازه ی نمونه باید حداقل ۱۰-۵ برابر بزرگتر از بزرگترین عدد مسیر در مدل مسیر باشد. اندازه ی نمونه در این مطالعه ۱۶۱ بود و مدل بزرگترین مدل مسیر ۱۰ بود. این با پیشنهاد مطابق نبود. بنابراین، PLS بیشتر مورد آنالیز قرار گرفت. علاوه بر این، در زمان آنالیز با PLS، این مطالعه از سیستم خودراه اندازی برای تعیین ضرایب مسیر استفاده کرد. این تخمین از طریق نمونه برداری مجدد از نمونه انجام شده است و بسیار دقیق تر از تخمین توسط تقریب لیمیت بود. همچنین «چین» پیشنهاد کرده است که برای تست کردن اهمیت مسیر، اندازه ی نمونه خود راه اندازی باید حداقل ۵۰۰ باشد. آنالیز ما از پیشنهاد او استفاده کرد و اندازه ی نمونه ی ۵۰۰ خودراه اندازی شد.

نتایج PLS در جدول ۸ و تصویر ۱ نشان داده شده است. نتیجه ی فرضیه ها در جدول ۷ خلاصه شده است. نتیجه ی آنالیز  $Visualpls$  در ضمیمه ی A نشان داده شده است. برای جلوگیری از پایداری نتیجه ی آنالیز، PLS دوباره با اندازه ی خودراه اندازی ۸۰۰ آنالیز شد و

در ضمیمه ی B نشان داده شد که به تفاوت با نتیجه ی اندازه ی خودراه اندازی ۵۰۰ الیه نکرد.

نتایج نشان دادند که مفهوم نمایه ی مدیران در مورد مدیریت علم، تأثیر قابل توجهی بر روی ارزیابی آنها از مسائل مربوط به پروژه های مدیریت علم داشت. همچنین ارزیابی آنها از مسائل مربوط به پروژه های مدیریت علم تأثیر قابل توجهی بر روی تمایل آنها برای این مسائل داشت و باعث تمایل آنها برای بحث در مورد مسائل مربوط به جلسات سازمانی شد. با این حال، حضور حمایت کنندگان از پروژه های مدیریت علم تأثیر قابل توجهی بر روی نظر آنها در مورد این مسائل دارد. نتایج فرضیه ها در جدول ۹ لیست شده است.

#### ۵- بحث و جمع بندی

نتایج این مطالعه نشان داد که هر چقدر نظر مدیران در مورد مسائل مربوط به پروژه های مدیریت علم سودمندتر بود، تمایل آنها برای بحث در مورد مسائل مربوط به جلسات سازمانی قوی تر بود. همچنین نظر آ «ها، چه سودمند و چه پر دردسر، در مورد این موضوعات تحت تأثیر ارزیابی آنها در مورد مسائل مربوط به پروژه های مدیریت علم بود، شامل اهمیت، قابل درک بودن، فوریت و قابل دید بودن سود. همچنین مفهوم متفاوت مدیران در مورد مدیریت دانش، تأثیر قابل ملاحظه ای بر روی ارزیابی آنها از این مسائل داشت. این در حالی است که وجود حمایت کنندگان از پروژه های مدیریت دانش، تأثیر قابل توجهی بر روی نظر آنها در مورد این مسائل نداشت.

توسعه ی صنعت در تایوان اساساً بر روی تشکیلات اقتصادی کوچک و متوسط تأکید کرده است. همچنین بیشتر تشکیلات اقتصادی منابع کمتری در مقایسه با تشکیلات اقتصادی بزرگتر

دارند و بنابراین آنها روی صرفه جویی هزینه برای حصول حالت رقابتی در زنجیره ی صنعتی تأکید می کنند. در نتیجه، سرمایه گذاری آنها در فن آوری اطلاعات که درآمد مستقیم را ایجاد نمی کند، غیرضروری می شود و یا حتی فقط در هزینه ها افزایش می یابد. همچنین فوایدی که اتخاذ مدیریت علم می تواند داشته باشد به مشخصی طراحی منابع برای تشکیلات اقتصادی نمی باشد. علاوه بر این، مفهوم مدیریت علم اغلب به نظر مبهم می رسد و در مقایسه با نوآوری رادیکال، بیشتر از آنکه رادیکال باشد، افزایشده می باشد، مثل طراحی منابع تشکیلات اقتصادی. در نتیجه، این باعث می شود که سرمایه گذاری کمتری در مدیریت علم انجام شود.

در این مطالعه، نتایج تجربی اشاره کردند که زمانی که مفاهیم مدیران در مورد مدیریت علم گسترده تر بود، ارزیابی آنها در مورد برجستگی موضوع در مورد مسائل مربوط به پروژه های مدیریت علم در شرکت های آنها بهتر بود. این اشاره می کند که زمانی که مدیران تشخیص جامعتری از مدیریت علم دارند، درک بهتری از در مورد این مسائل دارند و اهمیت را درک می کنند. ضمناً آنها همچنین می توانند درک بهتری در مورد فایده ی پروژه مدیریت علم برای شرکت ها داشته باشند و فوریت را برای به کار گیری نوآوری احساس کنند. این برجستگی موضوع درک شده در مورد مسائل مربوط به پروژه های مدیریت علم باعث نظر مثبت مدیران در مورد این مسائل می شود که در آن، نظر مثبت به سودمندتر بودن مسائل مربوط به پروژه های مدیریت علم از نظر مدیران اطلاق می شود.

«داتون» و «جکسون» یک قضیه ی تئوریکی را پیشنهاد دادند که نظر مدیران در مورد این مسائل، روی اعمالی که سازمان ها اتخاذ می کنند تأثیر می گذارد، به این دلیل که نظر مدیران نشاندهنده ی دیدگاه سازمان می باشد. نتایج تجربی در این مطالعه اشاره می کنند که هر چقدر برجستگی موضوع درک شده در مورد مسائل مربوط به پروژه های مدیریت علم بهتر

باشد، نظر مدیران در مورد موضوعات سودمندتر خواهد بود. این نه فقط نشاندهنده ی دیدگاه سازمان است بلکه باعث می شود تا مدیران مسائل را در دستور جلسه ی سازمانی به بحث بنشینند. این عمل می تواند باعث بروز اتخاذ این عمل در سازمان ها شود. با این حال، بیشتر محققین IS بر روی به کار گیری نوآوری سازمانی تمرکز دارند، اما بدون آغاز بحث در مورد مسائل نوآوری در جلسه ی سازمانی، هیچ عمل سازمانی دیگری انجام نخواهد شد. در فرآیند نوآوری سازمانی پیشنهاد شده توسط «روجرز»، او همچنین اهمیت آغاز این مرحله را شامل استقرار دستور جلسه تأکید می کند. مرحله ی آغاز اول روی مرحله ی به کار گیری بعدی تأثیر خواهد گذاشت. این مطالعه منبع تنوع در اتخاذ مدیریت علم سازمانی، نظر مدیران در مورد این مسائل و تمایل آنها برای بحث در مورد این مسائل را بررسی می کند. همچنین به درک وضعیت موجود استفاده ی تشکیلات اقتصادی از مدیریت علم کمک می کند و منبعی را مشخص می کند که ردی اتخاذ مدیریت دانش توسط تشکیلات اقتصادی تأثیر می گذارد.

مدیریت دانش برای سازمان ها حائز اهمیت می باشد و باعث می شود تا تشکیلات اقتصادی منابع سستی و قابلیت ها را به یک شیوه ی منحصر به فرد نوآورانه یکپارچه کند. همچنین مدیران این حق را دارند تا در جلسه ی سازمانی شرکت کنند و در مورد تخصیص منابع سازمانی تصمیم گیری کنند. برای تشکیلات اقتصادی، برای ایجاد رابطه ی مناسب، چه به صورت رسمی و چه غیر رسمی، قبل از بحث در مورد مسئله ی مدیریت علم در جلسه ی سازمانی حائز اهمیت می باشد و به آغاز یکپارچه تر مدیریت دانش در سازمان ها کمک خواهد کرد.

# مقالات تخصصی انگلیسی همراه با ترجمه فارسی

عرضه شده به صورت رایگان و اختصاصی در (ایران) عرضه

**توجه !**

این فایل از سری محصولات رایگان (فرمت PDF) ایران عرضه میباشد، لیکن

شما عزیزان میتوانید جهت تهیه مقالات تخصصی ترجمه شده این رشته به

صورت کامل و با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی

مقاله از نشریات معتبر خارجی ISI و Sciencedirect

(Elsevier، IEEE، Springer، Wiley)



**اینجا** کلیک نموده و با قیمت مناسب خریداری نمائید (تحويل آنی).