



The Effect of Strategic Management on Knowledge Management of Human Resources: The Mediating Role of social media

Mohsen Aazami

Assistant Professor, Department of Business Management, Payame Noor University, Tehran, Iran
(Corresponding author). M_azami@pnu.ac.ir

Peyman Akbari

Assistant Professor, Department of Public Management, Payame Noor University, Tehran, Iran.
peymanakbari3537@pnu.ac.ir

Ali Karimi

Assistant Professor, Department of Sports Management, Payame Noor University, Tehran, Iran.
alikaarimi60@pnu.ac.ir

Abstract

Purpose: This research aims to analyze the effect of strategic management and knowledge management of human resources with the mediating role of social media.

Method: In terms of the purpose, the current research is of the type of applied research, and in terms of the method of data collection, it is of the descriptive-survey type of research, and since the researchers seek to determine the relationship between the variables of the research, this research is of the type of correlational research. The statistical population of the research included all 200 employees of the General Department of Sports and Youth of Kermanshah Province among which 127 people were selected as a statistical sample by random sampling and based on Morgan's table. The data collection tool was Taleghani et al.'s Strategic Human Resource Management Questionnaire (2015), Hemmati's Human Resource Knowledge Management Questionnaire (2016), and Karimi's Social Media Questionnaire (2016). The validity (convergent and divergent) and reliability (factor loading, composite reliability coefficient, Cronbach's alpha coefficient) of the measurement model indicated that the model has good validity and reliability. Data analysis was done on two descriptive and inferential levels, which was implemented through Smart PLS software.

Findings: Based on the results of the research hypotheses, strategic management has a direct and significant effect on social media; and strategic management has a direct and indirect significant effect on the knowledge management of human resources, also social media has a direct and significant effect on the knowledge management of human resources, while the mediating role of social media in the influence of strategic management on knowledge management of human resources was also confirmed.

Cite this article: Aazami, M., Akbari, P. & Karimi, A. (2023). The Effect of Strategic Management on Knowledge Management of Human Resources: The Mediating Role of social media. *Sciences and Techniques of Information Management*, 9(2): 371-400. <https://doi.org/10.22091/stim.2022.8674.1871>

Received: 2022-10-14 ; Revised: 2022-11-15 ; Accepted: 2022-11-16 ; Published online: 2022-11-18

© The Author(s).

Published by: University of Qom.

This is an open access article under the: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



Conclusion: The results showed that the application of strategic management in the General Directorate of Sports and Youth of the province can pave the way for the development of knowledge management among human resources that the use of multiple and strategic planning by officials can pave the way well. This should be done. Meanwhile, using new technologies such as social media is very effective in informing and raising the level of knowledge in various general and specialized sectors.

Keywords: Strategic Management, Knowledge Management; Human Resource Knowledge Management, Social Media; General Directorate of Sports and Youth of Kermanshah Province.



تأثیر مدیریت راهبردی بر مدیریت دانش منابع انسانی: نقش میانجی رسانه‌های اجتماعی

محسن اعظمی

استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران (نویسنده مسئول). M_azami@pnu.ac.ir

پیمان اکبری

استادیار، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. peymanakbari3537@pnu.ac.ir

علی کریمی

استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

alikaarimi60@pnu.ac.ir

چکیده

هدف: هدف پژوهش حاضر تحلیل تأثیر مدیریت راهبردی و مدیریت دانش منابع انسانی با نقش میانجی رسانه‌های اجتماعی بود.

روش: پژوهش حاضر از نظر هدف، از نوع پژوهش‌های کاربردی بوده و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، از نوع پژوهش‌های توصیفی-پیمایشی است، و از آنجا که محققین به دنبال تعیین رابطه بین متغیرهای پژوهش هستند، این پژوهش از نوع پژوهش‌های همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان کرمانشاه (۲۰۰ نفر) بودند که با روش نمونه‌گیری تصادفی و براساس جدول مورگان (۱۲۷ نفر) به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه مدیریت راهبردی منابع انسانی طالقانی و همکاران، (۱۳۹۵)، پرسش‌نامه مدیریت دانش منابع انسانی همتی (۱۳۸۹) و پرسش‌نامه رسانه‌های اجتماعی کریمی (۱۳۹۹)، بود. روایی (همگرا و واگرا) و پایایی (بار عاملی، ضریب پایایی مرکب، ضریب آلفای کرونباخ) مدل اندازه‌گیری حاکی از آن بود که مدل از روایی و پایایی خوبی برخوردار است. تجزیه و تحلیل اطلاعات در دوسطح توصیفی و استنباطی انجام گرفت که از طریق نرم‌افزار Smart PLS، اجرا شد.

یافته‌ها: براساس نتایج حاصل از فرضیه‌های پژوهش، مدیریت راهبردی بر رسانه‌های اجتماعی دارای تأثیر مستقیم و معنادار است؛ و مدیریت راهبردی بر مدیریت دانش منابع انسانی دارای تأثیر مستقیم و غیرمستقیم و معنادار می‌باشد، همچنین رسانه‌های اجتماعی بر مدیریت دانش منابع انسانی اثرگذاری مستقیم و معناداری دارند، ضمن اینکه نقش میانجی رسانه‌های اجتماعی در تأثیرگذاری مدیریت راهبردی بر مدیریت دانش منابع انسانی نیز تأیید شد.

استاد به این مقاله: اعظمی، م.، اکبری، پ.، کریمی، ع. (۱۴۰۲). تأثیر مدیریت راهبردی بر مدیریت دانش منابع انسانی: نقش میانجی رسانه‌های اجتماعی.

علوم و فنون مدیریت اطلاعات، ۹(۲): ۳۷۱-۴۰۰. 1871.1871.stim.2022.8674.10.22091/doi.org/https

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۷/۲۲؛ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۱/۰۸/۲۴؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۸/۲۵؛ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۱/۰۸/۲۷

ناشر: دانشگاه قم

© نویسندگان.



نتیجه‌گیری: بر مبنای نتایج پژوهش، کاربست مدیریت راهبردی در اداره کل ورزش و جوانان استان کرمانشاه می‌تواند زمینه‌ساز توسعه مدیریت دانش در بین منابع انسانی شده و بهره‌گیری از برنامه‌ریزی‌های متعدد و راهبردی از سوی مدیران به‌خوبی می‌تواند زمینه‌ساز این امر گردد. در این میان استفاده از فناوری‌های نوین همچون رسانه‌های اجتماعی در اطلاع‌رسانی و نیز بالا بردن سطح دانش در بخش‌های مختلف عمومی و تخصصی بسیار تأثیرگذار است.

کلیدواژه‌ها: مدیریت راهبردی، مدیریت دانش، منابع انسانی، رسانه‌های اجتماعی، اداره کل ورزش و جوانان استان کرمانشاه.

۱. مقدمه

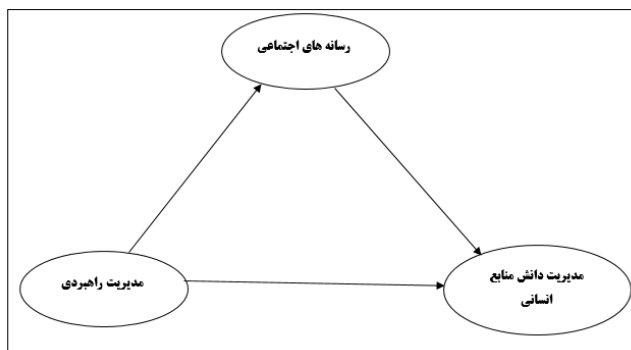
امروزه به دلایلی همچون افزایش مشکلات سازمانی، تغییرات فزاینده در محیط‌های کاری و ماهیت غیرقابل پیش‌بینی بسیاری از سازمان‌ها، نیاز به ارائه راه‌حل‌های بهتر و استفاده از ابزارهای قدرتمندتر از برنامه‌ریزی راهبردی، یعنی مدیریت راهبردی^۱ حس می‌شود (منصوری بروجنی و همکاران^۲، ۱۳۹۵). لذا، مدیران سازمان‌ها با تدوین و پیاده‌سازی مدیریت راهبردی، توانایی تفسیر رخدادها، وقایع غیرمرتبط و برنامه‌ریزی نشده و درک، تشخیص، پیش‌بینی و کنترل آن‌ها را خواهند داشت و به‌جای آنکه تحت تأثیر تغییرات قرار بگیرند، تغییرات آتی را تحت تأثیر خود قرار می‌دهند و سازمان را به سمت ارتقاء و پیشرفت خواهند برد (پورصادق و یزدانی^۳، ۲۰۱۱). در عصر جهانی شدن و پیشرفت سریع فناوری، سرمایه انسانی به‌عنوان مهم‌ترین سرمایه سازمان‌ها قلمداد شده است. سرمایه انسانی مجموعه‌ای از مهارت‌ها، دانش و ویژگی‌های عمومی افراد در سازمان است و می‌تواند نشان‌دهنده استعداد انجام کار امروز و ظرفیت کار فردا باشد. لذا، منابع انسانی جایگاهی متمایز در نظریه‌های رفتار سازمانی، مدیریت منابع انسانی و مدیریت راهبردی دارند (سلطانی و سلیمان‌تبار^۴، ۱۳۹۴). با توجه به اینکه امروزه یکی از عوامل کلیدی موفقیت سازمان‌ها به‌ویژه سازمان‌های ورزشی، دانش منابع انسانی سازمان به‌عنوان مهم‌ترین دارایی مدیریت راهبردی می‌باشد، این مقوله با نام مدیریت دانش به‌عنوان یک مبحث مهم وارد سازمان‌های امروزی شده است (دوانی و همکاران^۵، ۱۳۹۶). مدیریت دانش عبارت است از خلق دانش و سپس اداره محیطی که در آن افراد را به ایجاد، به اشتراک‌گذاری و یادگیری و ارتقاء و سازماندهی دانش به منظور بهره‌مندی سازمان و ارباب رجوع‌های آن تشویق کند (کبده^۶، ۲۰۱۰). به‌کارگیری موفق مدیریت دانش در سازمان‌های ورزشی با تکیه بر مدیریت راهبردی، به‌عنوان ابزاری کارآمد برای شناخت محیط مساعد سازمانی و شیوه‌های مناسب هدایت سازمانی، فراهم‌کننده حضور کارا و مؤثر و تخصص‌گرایی در ورزش و نفوذ ورزش و سازمان‌های ورزشی در لایه‌های مختلف زندگی جوامع بشری، انطباق‌پذیری با شرایط مختلف و

1. Strategic Management
2. Mansoori Borujeni
3. Poursadegh & Yazdani
4. Soltani & Soleimantbar
5. Davani
6. Kebede

متغیر می‌باشد (جابری و همکاران^۱، ۱۳۹۲). با توجه به اینکه موضوع مدیریت راهبردی و مدیریت دانش قابل آموزش و یادگیری است؛ به نظر می‌رسد یکی از اولین فعالیت‌هایی که باید از طرف متولیان امر مورد تأکید قرار گیرد، نیازسنجی‌های آموزشی با تأکید بر رسانه‌های اجتماعی، به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های تأثیرگذار مدیریت راهبردی و مدیریت دانش منابع انسانی می‌باشد (مینتزبرگ^۲، ۱۹۹۴). در واقع از جمله عوامل کلیدی و مؤثر در موفقیت پذیرش و استقرار فرایند مدیریت راهبردی و مدیریت دانش در سازمان‌های ورزشی، می‌تواند مربوط به زیرساخت‌های مناسب و پیش‌نیازهای لازم برای استفاده از فرایند رسانه‌های اجتماعی باشد (مطلبی و همکاران^۳، ۱۳۹۲).

در این راستا، هدف مطالعه حاضر، تأثیر مدیریت راهبردی بر مدیریت دانش منابع انسانی: نقش میانجی رسانه‌های اجتماعی است. سؤال اصلی پژوهش حاضر آن است که آیا مدیریت راهبردی بر مدیریت دانش منابع انسانی تأثیر دارد؟ این تأثیرات با توجه به نقش میانجی رسانه‌های اجتماعی چگونه است؟

بنابر آنچه گفته شد، مسئله‌ای که باید مورد بررسی قرار گیرد، این است که چگونه می‌توان الگوی مناسبی برای مدیریت راهبردی و مدیریت دانش با نقش میانجی رسانه‌های اجتماعی در اداره کل ورزش و جوانان استان کرمانشاه تدوین و ارائه کرد؟ بر این اساس، مدل مفهومی پژوهش به شرح زیر است.



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش

1. Jaberi
2. Mintzberg
3. Motalebi

مدیریت راهبردی منابع انسانی: از نقطه نظر مفهوم کاربردی، مدیریت راهبردی منابع انسانی فرآیندی است که اعضای سازمان از مدیران ارشد گرفته تا کارکنان صفی را به یاری می‌گیرد تا آنچه را که برای اجرای اثربخش راهبرد تجاری لازم است، انجام دهند و با بهره‌برداری هرچه خردمندانه‌تر از منابع انسانی، الزامات راهبردی سازمان را مهیاء سازند (لینگ و شان^۱، ۲۰۱۰). مدیریت راهبردی در واقع یک فکر پویا برای ارزیابی، نگرستن و خلق آینده (گل محمدی و همکاران^۲، ۱۳۹۲) با تعامل مستمر، تجربه و خلاقیت (بالداگ و همکاران^۳، ۲۰۰۹)، با هدف رفع ابهام و معنا بخشیدن به یک محیط پیچیده (بون^۴، ۲۰۰۵) و نقطه آغازین ایجاد چشم‌انداز است (شوهانی و همکاران^۵، ۱۳۹۳) که موجب توانایی حل مسائل استراتژیک و تشخیص مسائل اساسی از غیراساسی می‌شود (موریسن و همکاران^۶، ۱۹۷۹)، روشی خاص از تفکر بوده که مشخصات ویژه‌ای دارد (محمدپور و همکاران^۷، ۱۳۹۲) و از نظر لیدکا^۸ (۱۹۹۸)، شامل پنج عنصر: نگرش سیستمی، تمرکز بر هدف و هدف‌گرایی یا عزم راهبردی، فرصت‌طلبی هوشمندانه، تفکر به موقع یا تفکر در زمان، و فرضیه‌مداری یا پیشروی براساس رویکرد علمی می‌باشد. می‌توان گفت مدیریت راهبردی، مجموعه تصمیم‌ها و اقدامات مدیریتی است که عملکرد بلندمدت یک شرکت را تعیین می‌کند، و عبارت است از: بررسی محیطی (هم محیط داخلی و هم محیط خارجی)، تدوین راهبرد (برنامه‌ریزی بلندمدت)، اجرای راهبرد و ارزیابی و کنترل. بنابراین، مدیریت راهبردی بر نظارت و ارزیابی فرصت‌ها و تهدیدهای خارجی در سایه توجه به نقاط قوت و ضعف یک شرکت، تأکید دارد؛ به طور کلی، مدیریت راهبردی شامل: برنامه‌ریزی، اجرا و کنترل برنامه‌ریزی‌های راهبردی است (کراوس ساچا^۹، ۲۰۰۹). بر این اساس می‌توان با بهره‌گیری از مدیریت راهبردی و تقویت آن در دنیای متحول امروز از طریق راهبردی اندیشیدن، پاسخ‌دهی به تحولات پیرامون و دنیای پر رقابت امروز داد، و آینده دور سازمان را

1. Ling & Shan
2. Golmohammadi
3. Balduck
4. Bonn
5. Shuhani
6. Morrison
7. Mohammadpour
8. Liedtka
9. Kraus Sascha

به‌عنوان یک مجموعه پویا و رو به رشد به تصویر کشید (ردریگو وایو و مانوئل^۱، ۲۰۱۴). البته این رویکرد زمانی که به کار گرفته شود، باعث موفقیت است، و این در حالی است که امروزه یکی از مشکلات عمده سازمان‌ها، به دلیل فقدان مدیریت راهبردی در سطح مدیران عالی است، که آنها را از بهره‌گیری فرصت‌های جدید محروم می‌سازد (پرادانا و همکاران^۲، ۲۰۱۵). هدف اساسی مدیریت راهبردی منابع انسانی، خلق قابلیت راهبردی از طریق تضمین و اطمینان از این نکته است که سیستم از نیروی انسانی ماهر، متعهد و با انگیزه برای تلاش در راستای رسیدن به مزیت رقابتی پایدار برخوردار است (ردریگو وایو و مانوئل، ۲۰۱۴).

مدیریت دانش منابع انسانی: راهبرد مدیریت دانش^۳، مسیر حرکت در جهت اهداف سازمان را مشخص می‌نماید که هدف اصلی آن بالفعل ساختن مدیریت دانش در سازمان است. در راهبرد مدیریت دانش، فرآیند پیاده‌سازی، فعالیت‌ها و استانداردهای اجزاء اصلی راه‌حل‌ها مدنظر قرار می‌گیرند (رضاییان و همکاران^۴، ۱۳۸۸). مجموعه عملیات و فعالیت‌های سازمان در پرتو راهبرد مدیریت دانش موجب می‌گردد تا نظام مدیریت دانش به‌صورت مؤثر و کارآمد عمل نماید، به فرهنگ سازمان ملحق شده و در راستای حمایت از سازمان، به کارکرد مؤثر خود ادامه دهد (حمیدی‌زاده^۵، ۱۳۸۹). مدیریت دانش یک دارایی راهبردی و یک شایستگی کلیدی است که در دهه هشتاد میلادی توسط نوناکا و همکاران^۶ (۱۹۹۵) مطرح شد و در دهه نود به شکوفایی رسید؛ از آن پس، توجه به آن در مبنای نظری مدیریت راهبردی سازمان‌ها نیز، پدیدار شد. مدیریت دانش، دانستی است که در تجربیات، مهارت‌ها، توانایی‌ها، استعدادها، افکار، عقاید، طرز کارها، الهامات و تصورات افراد موجود است و به شکل مصنوعات ملموس، فرآیندهای کاری و امور روزمره خود را آشکار می‌سازد (آدلسون^۷، ۲۰۰۰). رهبران تجارت‌های جهانی باور دارند که مدیریت دانش منابع انسانی از مهم‌ترین قابلیت‌ها و شایستگی‌های سازمانی است و با طراحی و سازماندهی فرآیند مدیریت آن می‌توان بستری برای ایجاد رقابت، مزیت رقابتی و توسعه پایدار فراهم نمود (چانگ و

1. Radriego Valio & Manoel
2. Pradanaa
3. Knowledge management
4. Rezaeian
5. Hamidzadeh
6. Nonaka
7. Addleson

همکاران^۱، ۲۰۰۹). از این رو، شرکت‌های موفق دنیا، مدیریت دانش منابع انسانی را یک نیاز ضروری و برنامه اولویت‌دار برای پیش‌گامی در عرصه رقابت‌پذیری دانسته و در کانون توجه قرار داده‌اند که گواه توسعه شایسته سوابق علمی و تجربی مدیریت دانش است (اجمل و هلو^۲، ۲۰۱۰). جریان مدیریت دانش منابع انسانی می‌تواند اهمیت سرنوشت‌سازی در راستای برآورده ساختن انتظارات مدیریت راهبردی سازمان داشته باشد، و منبعی قابل اطمینان برای برنامه‌ریزی بلندمدت در سازمان است (جلیلیان و همکاران^۳، ۱۳۹۳). بسته به ماهیت یک سازمان نیز میزان مدیریت دانش منابع انسانی آن در سرنوشت و بقایش تأثیرگذار است. حال اگر این سازمان همچون سازمان‌های ورزشی به اقتضای ماهیت خود با وظایف گسترده، مهم و حساس روبرو باشد، اهمیت مدیریت دانش منابع انسانی آن دوچندان خواهد شد. به این ترتیب این سازمان‌ها می‌توانند: ۱- با شناخت میزان مدیریت دانش منابع انسانی خود و ۲- تغییر در عوامل مؤثر بر آن، اهداف موردنظر خود را تحقق بخشند (پرادانا و همکاران، ۲۰۱۵). استفاده خلاقانه از مدیریت دانش و توجه بیشتر به حوزه‌های مختلف مدیریت دانش، به‌ویژه در سازمان‌های ورزشی می‌تواند فراهم‌کننده حضور و عملکرد پویای سازمان‌های ورزشی در عرصه‌های مختلف ورزشی، اقتصادی و اجتماعی باشد.

رسانه‌های اجتماعی^۴: واژه‌ای است که برای تکامل یافته‌ترین رسانه‌های عصر حاضر به‌کار می‌رود. رسانه‌های اجتماعی، گروهی از برنامه‌های کاربردی مبتنی بر اینترنت می‌باشند که با اتکاء به بنیان‌های فناورانه وب^۲، امکان ایجاد و تبادل محتوی تولید شده به‌وسیله کاربران را فراهم می‌کنند (بشیر و افراسیابی^۵، ۲۰۱۰). رسانه‌های اجتماعی در درون سازمان‌ها به‌ویژه سازمان‌های ورزشی به میزان زیادی مورد استفاده قرار می‌گیرند و مدیران راهبردی از آنها به‌عنوان ابزاری جهت برقراری ارتباط میان منابع انسانی استفاده می‌کنند و با توجه به اینکه استفاده از رسانه‌های اجتماعی سبب تسهیل انتقال منابع اطلاعاتی در درون سازمان و همچنین ایجاد رابطه‌های نزدیک و پویا در میان منابع انسانی می‌شود، از اهمیت بسیار زیادی در سازمان‌ها برخوردار است (چن و همکاران^۶، ۲۰۱۴).

1. Chang
2. Ajmal & Helo
3. Jalilian
4. Social Media
5. Bashir & Afrasiabi
6. Chen

اشتراک‌گذاری اطلاعات غنی توسط رسانه‌های اجتماعی در درون سازمان باعث ارتقای سطح اقدامات مرتبط با مدیریت دانش در درون سازمان‌ها شده است و از سویی دیگر این رسانه‌ها تأثیرات شگرفی بر اجتماعی‌سازی و تفریح منابع انسانی سازمان نیز دارند. در واقع، خلاقیت‌های تکنولوژیک مثل رسانه‌های اجتماعی، باعث تقویت سازمان‌ها شده‌اند و توانایی‌ها و قابلیت‌های آن‌ها را در حوزه‌های مختلف از جمله مدیریت راهبردی سازمان‌ها و به‌اشتراک‌گذاری مدیریت دانش منابع انسانی افزایش داده‌اند (منگ و همکاران^۱، ۲۰۱۵). از سوی دیگر، رسانه‌های اجتماعی یکی از ابزارهای ارتقای منابع انسانی به‌عنوان مهم‌ترین عنصر در دستیابی به مزیت رقابتی پایدار و اثربخش برای سازمان به‌حساب می‌آیند. در چنین شرایطی سرمایه انسانی موجود در درون هر سازمانی، که نشان‌دهنده حجم دانش، مهارت‌های فنی، خلاقیت و تجربه هر سازمانی می‌باشد، از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. در واقع افرادی که بهره‌ی زیادی از رسانه اجتماعی می‌برند، اطلاعات و دانشی را به دست می‌آورند که می‌توانند آن را جهت حل مسائلی بکار گیرند که همکاران و سایرین با آنها مواجه و روبرو می‌شوند (چن^۲، ۲۰۱۵). محیط‌های رسانه‌های اجتماعی برای کاربران خود کارکردهایی نظیر آزادی، ارتباط دو طرفه (متقابل) و بازخوردی بی‌انتها را ارائه می‌دهند. این ویژگی‌ها سبب شده‌اند که افراد زیادی بتوانند به‌راحتی و آزادانه مبادرت به اشتراک‌گذاری تفکرات، ایده‌ها، تجربیات، دیدگاه‌ها، اطلاعات و دانش خود، با استفاده از رسانه‌های اجتماعی شوند. به سبب همین کارکردها، در طی این سال‌ها رسانه‌های اجتماعی در درون سازمان‌ها نیز رواج پیدا کرده‌اند (کاپلان و هاینلین^۳، ۲۰۱۰).

سرمایه انسانی عاملی است که بیش از هر عامل دیگری بر روی رشد و بقای سازمانی تأثیرگذار است. تمام سازمان‌ها به دنبال جذب و از آن مهم‌تر حفظ و توسعه بهترین افراد برای انجام فرایندهای جاری و فعالیت‌های آتی خود هستند، تا از این طریق بتوانند اهداف و استراتژی‌های از پیش تعیین شده را محقق سازند. رسانه اجتماعی از جمله چالش‌هایی است که سازمان‌ها در عصر جدید تأثیر آن را بر سرمایه‌های انسانی خود تجربه می‌کنند (لاردو و همکاران^۴، ۲۰۱۷). زیوانیوسکا و

1. Meng
2. Chan
3. Kaplan & Haenlein
4. Lardo

همکاران^۱ در سال (۲۰۱۹) دریافتند که استفاده از رسانه‌های اجتماعی اثر مثبتی بر سرمایه اجتماعی دارد. در واقع استفاده اجتماعی از فناوری می‌تواند تعداد روابط ابزاری را در یک شبکه فردی به دلیل دسترسی آنها به تعداد زیادی از افراد که متعلق به جوامع متفاوت می‌باشند، افزایش دهد. مینتزرگ^۲ (۱۹۹۴)، در پژوهشی پیرامون رابطه بین مدیریت دانش و مدیریت راهبردی دریافت که توجه به مدیریت دانش کارکنان در سازمان می‌تواند به‌عنوان مؤلفه‌ای تأثیرگذار بر ارتقاء اثربخشی سازمانی مدنظر مدیران تمامی سازمان‌ها و از جمله سازمان‌های ورزشی قرار گیرد.

۲. پیشینه پژوهش

خسروی^۳ (۲۰۲۰)، در پژوهشی به بررسی رابطه بین رسانه‌های اجتماعی و عملکرد سیستم مدیریت دانش پرداخت. ابزار گردآوری داده‌ها در این پژوهش پرسش‌نامه بوده و جامعه آماری آن شامل مشتریان شرکت‌های فعال در صنعت لوازم آرایشی و بهداشتی بودند. نتایج پژوهش نشان داد که مدیریت رسانه‌های اجتماعی، تأثیر مثبت و مستقیمی بر عملکرد مدیریت دانش و ابعاد آن دارند. سازمان‌ها و شرکت‌ها می‌توانند با بهبود و مدیریت صحیح رسانه‌های اجتماعی خود، عملکرد دانش مشتری را ارتقاء دهند. فاضلی دینان و همکاران^۴ (۱۳۹۵)، نیز در بررسی عوامل ساختاری و فرهنگی سازمان در ارتباط با استقرار موفق مدیریت دانش و مدیریت راهبردی در سازمان‌های ورزشی منتخب ایران دریافتند که رابطه مثبت و معناداری بین عوامل فرهنگی سازمان شامل فرهنگ تسهیم و فناوری (رسانه اجتماعی) و فرهنگ یادگیری مستمر، با استقرار موفقیت‌آمیز مدیریت دانش و مدیریت راهبردی وجود دارد این نکته حاکی از آن است که اگر در سازمان‌های ورزشی، فرهنگ تسهیم دانش و فناوری (رسانه اجتماعی) و فرهنگ یادگیری مستمر غالب باشد، مدیریت دانش و مدیریت راهبردی به‌راحتی استقرار می‌یابد.

منوریان و همکاران^۵ (۱۳۹۱)، نیز در مورد درک، تشخیص و اولویت‌بندی عوامل کلیدی تأثیرگذار بر پذیرش موفقیت‌آمیز مدیریت راهبردی و مدیریت دانش، عواملی چون انگیزه کارکنان،

1. Zivianowska
2. Mintzberg
3. Khosravi
4. Fazeli Deanan
5. Monavarian

فرهنگ سازمانی، فناوری اطلاعات (رسانه‌های اجتماعی) و ساختار سازمانی را بررسی کردند. لیسک^۱ (۲۰۲۰)، در پژوهشی با عنوان تأثیر قابلیت‌های رسانه‌های اجتماعی بر عملکرد مدیریت دانش مشتری، نشان داد که قابلیت‌های رسانه‌های اجتماعی بر عملکرد مدیریت دانش مشتری و پنج بعد آن (کسب، ذخیره‌سازی، به اشتراک‌گذاری، به‌کارگیری و درونی‌سازی دانش مشتری) تأثیر مثبت و معناداری دارد.

دوانی و همکاران (۱۳۹۶)، نیز در بررسی عوامل مؤثر بر استقرار مدیریت راهبردی و مدیریت دانش در معاونت تربیت بدنی و سلامت آموزش و پرورش استان‌های کشور از دیدگاه مدیران و کارشناسان، نشان دادند که زیرساخت‌های سیستم‌های اطلاعاتی (رسانه‌های اجتماعی)، فرهنگ سازمانی، تعهد مدیران ارشد، مشارکت کارکنان، آموزش کارکنان، کار تیمی و ساختار دانشی، تأثیر معناداری بر استقرار مدیریت راهبردی و مدیریت دانش دارند.

با توجه به اینکه اداره کل ورزش و جوانان استان کرمانشاه نهاد اصلی و اثرگذار بر تمامی فعالیت‌های ورزشی استان است و ارتباطات وسیعی با سازمان‌های مختلف داخل و خارج دارد که نقش چشم‌گیری در ارتقاء سطح ورزش و سلامت، توسعه پایدار و سرفرازی کشور دارد، همانند دیگر سازمان‌ها، در راستای دستیابی به اهداف سازمانی خود، نیازمند استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای پذیرش و مواجهه با تغییر می‌باشد، و برای موفقیت در کار دیگر نمی‌توانند برنامه‌های قدیمی خود را ادامه دهند. لذا، نظر به اینکه تاکنون پژوهشی در رابطه با نقش میانجی رسانه‌های اجتماعی در تدوین الگوی مدیریت راهبردی و مدیریت دانش در اداره کل ورزش و جوانان استان کرمانشاه انجام نشده است، پژوهش حاضر درصدد بررسی این موضوع است.

۳. روش‌شناسی

این پژوهش از نظر هدف، از نوع پژوهش‌های کاربردی بوده و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، از نوع پژوهش‌های توصیفی-پیمایشی است. از آنجا که این تحقیق به دنبال تعیین رابطه بین متغیرهای پژوهش است، بنابراین، پژوهش حاضر از نوع پژوهش‌های همبستگی است. جامعه آماری در این پژوهش با توجه به متغیرهای پژوهش، کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان کرمانشاه بودند که تعداد آنها ۲۰۰ نفر بدست آمد. حجم نمونه ۱۲۷ نفر بود که از طریق جدول مورگان مشخص شد و

1. Lisk

انتخاب افراد به صورت تصادفی ساده بود (جدول ۱).

از پرسش‌نامه‌های مدیریت راهبردی منابع انسانی طالقانی و همکاران (۱۳۹۵) با ۱۷ سوال، پرسش‌نامه مدیریت دانش منابع انسانی همتی (۱۳۸۹) شامل ۱۵ سوال، و پرسش‌نامه رسانه‌های اجتماعی کریمی (۱۳۹۹) شامل ۹ سوال، به عنوان ابزار اصلی گردآوری داده‌ها استفاده شد. مقیاس اندازه‌گیری براساس طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت بوده که از «کاملاً مخالف» شروع شده، و به «کاملاً موافقم» ختم می‌شود. نحوه نمره‌دهی به سوالات نیز، از نمره ۱ تا نمره ۵، بوده است. برای تأیید روایی مدل اندازه‌گیری، از سه نوع روایی ارزیابی استفاده شد، شامل روایی محتوا^۱، روایی همگرا^۲ و روایی واگرا^۳. روایی محتوا به وسیله اطمینان از سازگاری بین شاخص‌های اندازه‌گیری و ادبیات موجود ایجاد می‌شود، این روایی توسط نظرسنجی از اساتید حاصل شد. روایی همگرا به این اصل برمی‌گردد که شاخص‌های هر سازه با یکدیگر همبستگی میانه‌ای داشته باشند. معیار روایی همگرا بودن این است که میانگین واریانس‌های خروجی^۴ (AVE) بیشتر از ۰/۵ باشد. روایی واگرا نیز از طریق مقایسه جذر AVE با همبستگی بین متغیرهای مکنون (جدول ۲) سنجیده شده و برای هر کدام از سازه‌های انعکاسی، جذر AVE باید بیشتر از همبستگی آن سازه با سایر سازه‌ها در مدل باشد. جهت تعیین پایایی مدل اندازه‌گیری از دو معیار (ضریب آلفای کرونباخ^۵، ضریب پایایی مرکب^۶) استفاده شده است. ضرایب آلفای کرونباخ تمامی متغیرها در این پژوهش، از حداقل مقدار (۰/۷) بیشتر است. پایایی مرکب برخلاف آلفای کرونباخ که به‌طور ضمنی فرض می‌کند که هر شاخص وزن یکسانی دارد، متکی بر بارهای عاملی^۷ حقیقی هر سازه است؛ بنابراین، معیار بهتری را برای پایایی ارائه می‌دهد. پایایی مرکب باید مقداری بیش از ۰/۷ را به‌دست آورد تا بیانگر ثبات درونی سازه باشد (فورنل و لارکر^۸، ۱۹۸۱). در جدول (۲) و (۳) نتایج پایایی و روایی مدل اندازه‌گیری آمده است.

1. Content Validity
2. Convergent Validity
3. Divergent Validity
4. Average Variance Extracted
5. Coefficient of Cronbach's alpha
6. Coefficient of Composite Reliability
7. Loadings factors
8. Fornell & Larcker

جدول ۱- شاخص‌های آمار توصیفی

متغیر	
جنس	مرد ۴۰/۵ زن ۵۹/۵
سن	۳ درصد افراد کمتر از ۳۰
	۹۰/۳ درصد افراد بین ۴۱-۵۰
مدرک تحصیلی	۴۹/۲ درصد افراد کارشناسی
	۱۰ درصد افراد دکتری

در جدول شماره (۱)، آمار دموگرافیک نمونه آماری پژوهش از نظر جنسیت، سن و مدرک تحصیلی آمده است.

جدول ۲- روایی همگرا و پایایی مدل اندازه‌گیری

ضریب پایایی الفای کرونباخ	ضریب پایایی مرکب	بارهای عاملی		ضریب میانگین واریانس استخراج شده (AVE)	متغیرهای پژوهش
		آزمون t	ضریب مسیر		
۰/۷۵	۰/۸۰	-	-		حمایت‌های سازمانی ادراک شده
-	-	۱۱/۵۷۳	۰/۷۸۶		سوال ۱
-	-	۲/۶۴۴	۰/۷۰۴	۰/۶۹	سوال ۲
-	-	۶/۸۲۸	۰/۷۹۳	-	سوال ۳
-	-	۱۴/۹۲۰	۰/۷۰۸	-	سوال ۴
-	-	۱۶/۸۱۰	۰/۷۶۰	-	سوال ۵
-	-	۱۷/۶۸۰	۰/۷۳۶	-	سوال ۶
-	-	۱۴/۸۶۱	۰/۷۱۶	-	سوال ۷
-	-	۱۸/۲۱۶	۰/۷۶۸	-	سوال ۸
-	-	۱۲/۱۴۰	۰/۷۸۸	-	سوال ۹
-	-	۱۲/۵۲۰	۰/۷۳۲	-	سوال ۱۰
-	-	۶/۷۰۹	۰/۷۶۹	-	سوال ۱۱
-	-	۱۵/۲۷۹	۰/۷۳۲	-	سوال ۱۲
-	-	۸/۷۶۲	۰/۷۵۳	-	سوال ۱۳
-	-	۵/۵۳۵	۰/۷۰۹	-	سوال ۱۴
-	-	۱۱/۶۰۳	۰/۷۹۷	-	سوال ۱۵
-	-	۳/۷۰۹	۰/۷۹۹	-	سوال ۱۶
-	-	۳/۶۰۵	۰/۷۰۸	-	سوال ۱۷
۰/۸۸	۰/۸۲	-	-	۰/۷۲	حمایت‌های سازمانی ادراک شده
-	-	۱۰/۹۷۶	۰/۷۹۱	-	سوال ۱۸
-	-	۲۱/۱۰۵	۰/۷۸۲	-	سوال ۱۹
-	-	۲۳/۶۱۴	۰/۸۳۴	-	سوال ۲۰

ضریب پایایی الفای کرونباخ	ضریب پایایی مرکب	بارهای عاملی		ضریب میانگین واریانس استخراج شده (AVE)	متغیرهای پژوهش
		آزمون t	ضریب مسیر		
-	-	۲۱/۳۶۶	۰/۸۲۴	-	سوال ۲۱
-	-	۹/۰۱۰	۰/۷۴۶	-	سوال ۲۲
-	-	۶/۲۹۵	۰/۷۷۳	-	سوال ۲۳
-	-	۱۶/۲۶۱	۰/۷۶۶	-	سوال ۲۴
-	-	۱۲/۹۵۴	۰/۷۹۲	-	سوال ۲۵
-	-	۱۰/۲۱۴	۰/۷۳۴	-	سوال ۲۶
۰/۸۶	۰/۸۳	-	-	۰/۷۰	حمایت‌های سازمانی ادراک شده
-	-	۸/۳۱۲	۰/۷۳۹	-	سوال ۲۷
-	-	۶/۰۰۴	۰/۷۷۴	-	سوال ۲۸
-	-	۶/۸۵۸	۰/۷۶۴	-	سوال ۲۹
-	-	۱۸/۶۱۳	۰/۷۶۲	-	سوال ۳۰
-	-	۱۸/۴۵۵	۰/۷۷۸	-	سوال ۳۱
-	-	۱۸/۷۷۷	۰/۷۶۷	-	سوال ۳۲
-	-	۲۰/۰۱۳	۰/۸۰۷	-	سوال ۳۳
-	-	۱۳/۱۹۵	۰/۷۶۸	-	سوال ۳۴
-	-	۱۳/۶۹۴	۰/۷۳۳	-	سوال ۳۵
-	-	۱۸/۰۱۱	۰/۷۷۵	-	سوال ۳۶
-	-	۲۴/۳۴۶	۰/۸۳۵	-	سوال ۳۷
-	-	۱۹/۱۳۸	۰/۸۰۳	-	سوال ۳۸
-	-	۱۵/۹۲۱	۰/۷۹۰	-	سوال ۳۹
-	-	۱۲/۳۳۹	۰/۷۵۸	-	سوال ۴۰
-	-	۱۱/۴۰۱	۰/۷۴۴	-	سوال ۴۱

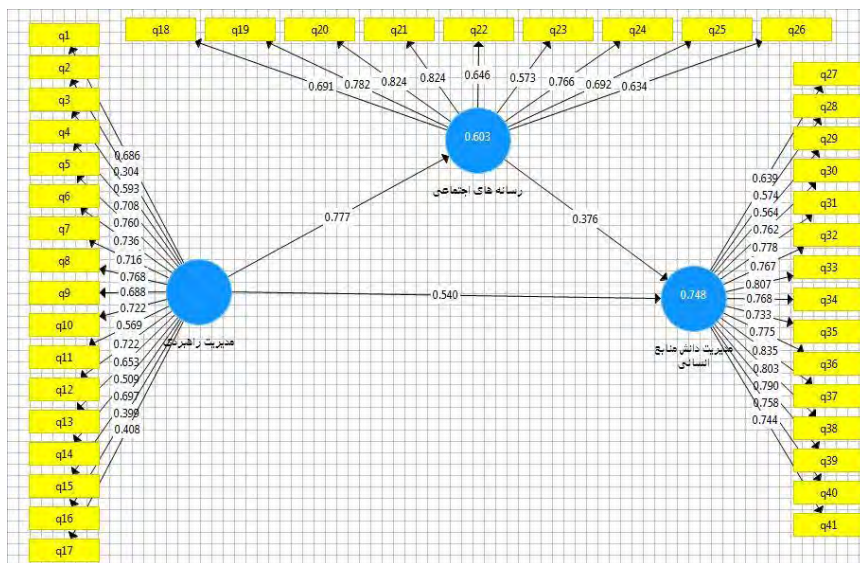
جدول ۳- ماتریس همبستگی و بررسی روایی واگرا مدل اندازه‌گیری

سازه‌ها	رسانه‌های اجتماعی	مدیریت دانش	مدیریت راهبردی	جذر (AVE)
رسانه‌های اجتماعی	۰,۷۲۰			۰/۸۳
مدیریت دانش	۰,۷۹۵	۰,۷۴۴		۰/۸۵
مدیریت راهبردی	۰,۷۷۷	۰,۸۳۲	۰,۶۴۰	۰/۸۴

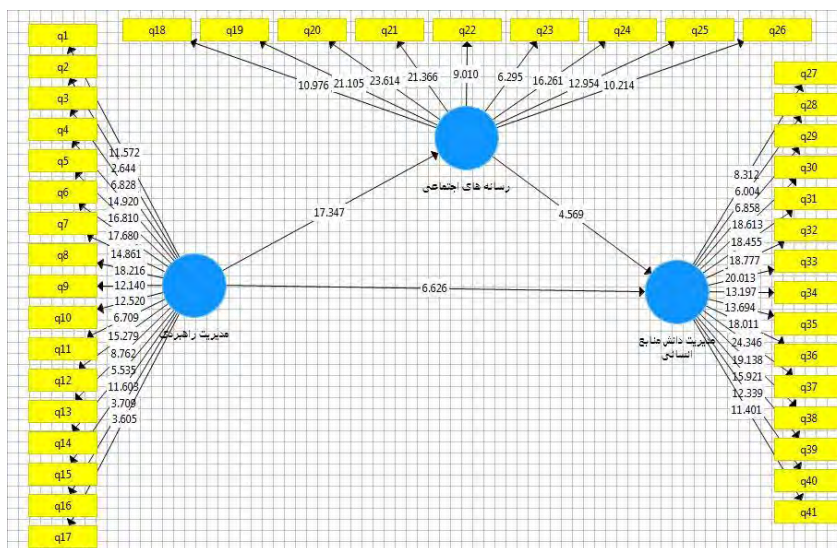
براساس مطالب عنوان شده و نتایج حاصل از خروجی‌های نرم‌افزار SMART-PLS، می‌توان گفت که مدل اندازه‌گیری از روایی (محتوا، همگرا، واگرا) و پایایی (بار عاملی، ضریب پایایی مرکب، ضریب آلفای کرونباخ) مناسبی برخوردار هستند (جدول ۲ و ۳).

۴. یافته‌ها

در این پژوهش از روش حداقل مربعات جزئی که روشی برای مدل‌سازی معادله ساختاری است، استفاده شد. مدل‌سازی معادله ساختاری تنها ابزار تحلیل مدل‌های مسیر یا علی است. در واقع، این روش ترکیبی است از تحلیل مؤلفه‌های اصلی، که شاخص‌ها را به متغیرهای نهفته مرتبط می‌کند، و تحلیل مسیر، که امکان ایجاد سیستمی از متغیرهای نهفته را فراهم می‌سازد. برآورد پارامترهایی که نشان‌دهنده شاخص‌ها هستند و روابط مسیر، با استفاده از تکنیک‌های حداقل مربعات معمولی صورت می‌گیرد. در این روش، پژوهشگر باید ابتدا ساختار مدل و روابط شاخص‌ها را مشخص کند. در ادامه خروجی‌های حاصل از پردازش داده‌ها در نرم‌افزار SMART-PLS آمده و تحلیل می‌شوند.



نمودار ۱- ضرایب مسیر مدل



نمودار ۲- نتایج آزمون T

شایان ذکر است که ارزش t ، معنادار بودن اثر متغیرها را بر هم نشان می‌دهد. اگر ارزش t ، بیشتر از $1/96$ باشد، حاکی از آن است که اثر معنادار و مثبت است، اما اگر ارزش t ، بین $1/96$ تا $-1/96$ باشد، نشان می‌دهد که هیچ اثر معناداری بین متغیرها وجود ندارد. همچنین اگر ارزش t ، از $-1/96$ کوچک‌تر باشد، به معنای آن است که اثر منفی و معناداری بین متغیرها وجود دارد. ضرایب مسیر اگر بتوانند بیشتر از $0/6$ شوند، حاکی از آن است که ارتباطی قوی بین متغیرها وجود دارد، اما اگر ضریب مسیر بین $0/3$ تا $0/6$ باشند، نشان می‌دهد که بین متغیرها ارتباط متوسطی برقرار است. سرانجام، اگر ضریب مسیر کمتر از $0/3$ شود، به معنای این است که ارتباط ضعیفی بین متغیرها برقرار است (چین، ۲۰۰۳). داده‌های بدست آمده مطابق نمودارهای (۱) و (۲)، و جدول (۴) نشان داده شده‌اند.

جدول ۴- خلاصه نتایج حاصل از آزمون فرضیات

متغیرها	ضریب مسیر	ارزش آزمون T	سطح معناداری	میزان تأثیر
مدیریت راهبردی ← رسانه‌های اجتماعی	۰/۷۷۷	۱۷/۳۴۷	معناداری	قوی
رسانه‌های اجتماعی ← مدیریت دانش منابع انسانی	۰/۳۷۶	۴/۵۶۹	معنادار	متوسط
مدیریت راهبردی ← مدیریت دانش منابع انسانی	۰/۵۴۰	۶/۶۲۶	معنادار	متوسط

طبق داده‌های جدول (۴)، که بر پایه نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش بدست آمده است، می‌توان گفت که نتیجه حاصل از آزمون فرضیه‌ها با توجه به ضرایب مسیر و مقدار نشان، معنادار می‌باشند. در ادامه میزان تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرها طبق جدول شماره (۵) بررسی می‌شود.

جدول ۵- تفکیک اثرات کل، مستقیم و غیرمستقیم

روابط	اثرات مستقیم	اثرات غیرمستقیم	اثرات کل
مدیریت راهبردی ← رسانه‌های اجتماعی	۰/۷۷۷	----	۰/۷۷۷
رسانه‌های اجتماعی ← مدیریت دانش منابع انسانی	۰/۳۷۶	----	۰/۳۷۶
مدیریت راهبردی ← مدیریت دانش منابع انسانی	۰/۵۴۰	۰/۲۹۲	۰/۸۳۲

در جدول شماره (۵) اثرات مستقیم و غیرمستقیم و اثرات کل آمده است. در ادامه نقش متغیرهای میانجی طبق جدول شماره (۶) بررسی می‌شود. از آزمون سوبل طبق فرمول زیر برای بررسی نقش متغیر میانجی استفاده شده است.

$$Z - \text{Value} = \frac{a * b}{\sqrt{(b^2 * s_a^2) + (a^2 * s_b^2) + (s_a^2 * s_b^2)}}$$

زمانی که عدد به دست آمده بیشتر از ۱/۹۶ باشد، به معنای آن است که متغیرهای میانجی در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار قابل تایید است (داوری و رضازاده، ۱۳۹۶).

a: میزان ضریب مسیر (بتا) بین متغیرهای مستقل و میانجی

b: مقدار ضریب مسیر (بتا) بین متغیرهای میانجی و وابسته

s_a: خطای استاندارد بین متغیر مستقل و میانجی / s_b: خطای استاندارد بین متغیر میانجی و وابسته.

جدول ۶- مقادیر Z-value حاصل از آزمون سوبل

نام متغیر میانجی	Z-value	VAF	اثر میانجی
رسانه‌های اجتماعی در تأثیرگذاری مدیریت راهبردی بر مدیریت دانش منابع انسانی	۴/۲۱	۰/۳۵	جزئی

بر اساس داده‌های جدول شماره (۶)، مقدار Z-value برای رسانه‌های اجتماعی، از ۱/۹۶ بیشتر می‌باشد و لذا می‌توان گفت که تأثیر متغیرهای میانجی رسانه‌های اجتماعی در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار است. اگر مسیر غیرمستقیم متغیرها معنادار باشد، بدین معنی است که حاصلضرب آن‌ها نیز معنادار است و می‌توان به ارزیابی شمول واریانس^۱ پرداخت. لذا، متغیر میانجی در یکی از

۱. فرمول واریانس در حقیقت نسبت اثر غیرمستقیم بر اثر کل است، یعنی: $VAF = (a \times b) / (a \times b) + c$

سه حالت زیر قرار خواهد گرفت: $0.20 < VAF < 0.80$ بدون اثر میانجی، $0.20 \leq VAF \leq 0.80$ دارای اثر میانجی جزئی، $VAF > 0.80$ دارای اثر میانجی کامل است (مرادی و میرالماسی، ۱۳۹۶).

برازش مدل

معیار GOF^1 مرتبط با بخش کلی مدل‌های معادلات ساختاری است و توسط تننهاوس و همکاران^۲ (۲۰۰۴) معرفی شد.

$$GOF = \sqrt{\overline{Communalities}} \times \bar{R}^2 \quad (1)$$

$\overline{Communalities}$ نشانگر میانگین مقادیر اشتراکی هر سازه می‌باشد و \bar{R}^2 نیز مق دار میانگین مقادیر R Squares سازه‌های درون‌زای مدل است. وتزلس و همکاران^۳ (۲۰۰۹) سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی کرده‌اند. مقدار معیار GOF معادل ۰/۲۸ و از ۰/۲۵ بیشتر می‌باشد که نشانگر برازش متوسط مدل کلی پژوهش است.

جدول ۷- نتایج برازش کلی مدل با معیار GOF

متغیرهای درون‌زا	R^2	Communality	GOF
رسانه‌های اجتماعی	۰/۶۰۳	۰/۳۸۸	$GOF = \sqrt{0.45 * 0.18} = 28$
مدیریت دانش منابع انسانی	۰/۷۴۸	۰/۴۶۴	

۵. نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر مدیریت راهبردی بر مدیریت دانش منابع انسانی با تأکید بر نقش میانجی رسانه‌های اجتماعی در اداره کل ورزش و جوانان استان کرمانشاه انجام شد. نتایج مطالعه حاضر، گواه این مهم است که ساماندهی و راهبری زیرساخت‌های مدیریتی و ساختاری مدیریت دانش سازمانی، سنگ بنای نقشه راهبرد مدیریت دانش سازمانی است؛ به این معنی که برای پیاده‌سازی موفق مدیریت دانش در سازمان‌ها، نهادها و ارگان‌ها، نگاه جامع و راهبردی به بحث مدیریت منابع انسانی لازم است (آدلر^۴، ۲۰۱۸). البته مدیریت منابع انسانی حوزه‌های مختلفی مانند مدیریت راهبردی، فرهنگ سازمانی، فرصت‌های محیطی، مباحث مالی و انگیزشی سازمان را شامل شده که این عوامل بر

1. Goodness of fit
2. Tenenhaus
3. Wetzles
4. Adler

پيچيدگي و اهميت موضوع مي افزايد (ياوري و زاهدي^۱، ۱۳۹۲). نتيجه اين بخش از پژوهش حاضر با نتيجه پژوهش هاي پورصادق و يزداني (۲۰۱۱) و ربیعی و همکاران^۲ (۱۳۸۹) همخوانی دارد. در همین راستا، موريسون و لی^۳ (۱۹۹۴) لازمه پياده سازي استراتژي هاي صحيح و خلاق و حفظ مزيت رقابتي نسبت به رقبا را دارا بودن مديراني با قابليت تفکر راهبردي مي دانند.

بررسی مطالعات اخیر نشان می دهد که پیش نیاز یک جامعه توسعه یافته، برخورداری از سازمان های توسعه یافته است و سازمان های توسعه یافته نیز قدرت و اقتدار واقعی خود را به واسطه وجود منابع انسانی متخصص، به منزله سرمایه های استراتژیک به دست می آورند. انسان هایی که به واسطه در اختیار داشتن عظیم ترین منبع قدرت، یعنی تفکر، می توانند موجبات تعالی، حرکت و رشد سازمان ها را پدید آورند. رقابت شدید، حفظ طولانی مدت مزیت رقابتی را بسیار دشوار ساخته است. حیات سازمان ها تا حدود زیادی بستگی به مهارت ها و آگاهی های مختلف منابع انسانی دارد. اهمیت عامل انسانی در سازمان ها نقش منحصر به فرد آن در طرح ریزی و اجرا و نظارت بر امور سازمانی در عرصه ها و سطوح مختلف آن را به عامل راهبردی تبدیل کرده است که شناسایی و توجه به آن از وظایف اساسی مدیریت و سیستم های منابع انسانی است. مهم ترین یا حداقل یکی از مهم ترین عرصه های این توجه، پرداختن به موضوع توسعه منابع انسانی است که به مدد آن موفقیت و کارآمدی سازمان تضمین می شود. هرچه سازمان ها در این زمینه ها بهینه و به هنگام باشند، قابلیت سازمان با محیط متغیر نیز بیشتر می شود. بدین لحاظ امروزه سازمان ها برای بقاء و رشد و بالندگی خود می کوشند تا از طریق تربیت نیروی انسانی فرهیخته، بالا بردن رضایت شغلی و اعتماد آنها با سازمان و دیگران در عرصه جهان، به رشد، کارآمدی، بهره وری، سودبخشی، انعطاف پذیری و بالا بردن توان مواجهه با چالش های محیطی نایل شوند. بنابراین، وجود نیروی انسانی اثربخش، یکی از ضرورت های پیشرفت و توسعه هر کشوری است. اینکه منابع انسانی برخی جوامع از کارایی و اثربخشی لازم برخوردار نیستند، امری تصادفی نیست، زیرا روشی که آن جوامع برای آموزش و توسعه خود، تسهیم اطلاعات و توانمندسازی، به کار می برند، پاسخ گوی نیاز کارکنان خود نیست. توسعه منابع انسانی باید با هدف افزایش انگیزش کارکنان، افزایش بهره وری، ایجاد اعتماد بین کارکنان و ایجاد زمینه لازم برای تمام افراد واجد شرایط

1. Yavari & Zahedi
2. Rabiei & Khatami
3. Morrison & Lee

جهت ورود به مشاغل گوناگون، از جمله روش‌هایی هستند که امروزه جایگاهی ویژه در اثربخشی سازمان یافته‌اند (نافوکو و مایا^۱ (۲۰۱۴)). نتایج این بخش نیز همراستا با پژوهش خان و همکاران^۲ (۲۰۲۰) است که نشان دادند سرمایه انسانی می‌تواند بستری مناسب برای افزایش بهره‌وری منابع انسانی و عملکرد شغلی فراهم کند. همچنین با پژوهش منگ و همکاران (۲۰۱۵) که معتقدند سرمایه انسانی اثر مستقیمی بر عملکرد قابلیت نوآوری دارد؛ و پژوهش بیان و همکاران^۳ (۲۰۱۷) که نشان دادند، سرمایه انسانی، عملکرد کارکنان را ارتقاء می‌دهند، همسو و هم‌جهت است.

تحلیل چندسطحی راهبردهای رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان واسطه میانجی، از جمله موضوعاتی است که با توجه به اهمیت آن در سازمان‌ها، در این پژوهش مورد مطالعه قرار گرفت. هدف اساسی مدیریت راهبردی منابع انسانی، خلق قابلیت استراتژیک از طریق تضمین و اطمینان از این نکته است که سازمان از کارکنان ماهر، متعهد و با انگیزه برای تلاش در راستای حصول به مزایای رقابتی پایدار، برخوردار است و این امر با توجه به پیشرفت تکنولوژی، تحت تأثیر همه‌جانبه انواع فناوری‌ها از جمله رسانه اجتماعی قرار گرفته است. با توجه به پیشینه پژوهش، رسانه اجتماعی با توجه به امکاناتی که دارد، می‌تواند سازوکارهای لازم برای قرار گرفتن سازمان برای انجام دادن بهتر و دقیق‌تر کار، اختیارات کافی و وافی را به کارکنان تفویض کند و با تأکید بر رسانه اجتماعی و ابزارهای آن، به آموزش کارکنان پردازد و سرمایه‌گذاری عظیمی بر افزایش مهارت و توانمندی سرمایه انسانی انجام شود (آنگریست و همکاران^۴، ۲۰۱۹). رسانه اجتماعی در سطح سازمانی، مدیریت دانش در سطح فردی را تقویت می‌کند. در این تحقیق رسانه اجتماعی در سطح جامعه بر رابطه مدیریت دانش مشتریان در سطح فردی اثرگذار است که این اثرگذاری به طور مثبت می‌باشد. در واقع می‌توان گفت که هرچه فعالیت‌های مختلف در رسانه‌های اجتماعی بیشتر باشد، اثر آن بر مدیریت دانش مشتریان در سطح فردی پررنگ‌تر می‌شود و برعکس (اپل و همکاران^۵، ۲۰۲۰). نتایج این بخش تحقیق با نتایج پژوهش‌های خسروی (۲۰۲۰) و ون و همکاران^۶ (۲۰۲۰) همسو بوده است. تحقیقات مذکور نشان

1. Nafukho & Muya
2. Khan
3. Bina
4. Angrist
5. Appel
6. Van

دادند که رسانه‌های اجتماعی می‌توانند بر ارتقای سطح مدیریت دانش مشتریان سازمان‌ها اثر مثبتی داشته باشند.

بر اساس آنچه مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفت، می‌توان گفت که به طور کلی مدیریت راهبردی، بر مدیریت دانش منابع انسانی با نقش میانجی رسانه‌های اجتماعی در اداره کل ورزش و جوانان استان کرمانشاه اثرگذار بوده است. در واقع نتایج تحلیل مسیر معادلات ساختاری جهت بررسی رابطه بین متغیرهای پژوهش نشان داد که مدیریت راهبردی بر رسانه‌های اجتماعی با ضریب مسیر $0/77$ ، مدیریت راهبردی بر مدیریت دانش منابع انسانی با ضریب مسیر $0/54$ و رسانه‌های اجتماعی بر مدیریت دانش منابع انسانی با ضریب تأثیر $0/37$ اثرگذار بوده است. در این میان مدیریت راهبردی بر رسانه‌های اجتماعی با ضریب مسیر $0/77$ ، بیشترین تکثیر و رسانه‌های اجتماعی بر مدیریت دانش منابع انسانی با ضریب تأثیر $0/37$ ، کم‌ترین اثرگذاری را داشته است. نتایج این پژوهش همچنین نشان داد که مدیریت دانش بر تفکر راهبردی مدیران و کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان کرمانشاه تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. این نتیجه با توجه به تأثیر مثبت و معنی‌دار مدیریت دانش بر تفکر راهبردی از طریق تسریع در فرایندهای حل مسأله، به دلیل دسترسی به اطلاعات درست و به‌هنگام، ثبت و مستندسازی دانش و بهره‌وری بیشتر از مشارکت دانش، و اینکه مدیریت دانش فقط درباره ذخیره، بازیابی و انتقال اطلاعات نیست، بلکه بیشتر تعبیر و سازماندهی اطلاعات از جهات مختلف که زیربنای اصلی و زمینه‌ساز داشتن تفکر راهبردی منابع انسانی می‌باشد، مهم است. این نتیجه با نتایج پژوهش کیاکجوری (۱۳۹۳) همخوانی دارد. براساس این پژوهش، تنها با تغییر فرهنگ سازمانی است که می‌توان به تدریج الگوی تعامل بین افراد، فناوری‌ها و فرایندها را در سازمان تغییر داد، در محیط‌های پویا و پیچیده، ضروری است که سازمان‌ها به طور مداوم دانش جدید را به شکل ایجاد، اعتباربخشی و کاربرد در محصولات و خدمات خود بکار گیرند (کیاکجوری، ۱۳۹۳).

در دنیای امروز مدیران آنچنان برای دستیابی به نتایج کوتاه‌مدت، برآورده ساختن انتظارات غیررسمی، غلبه بر رکود و محدودیت‌های محیطی تحت فشار هستند که راهی جز فراموش کردن تفکر بلندمدت پیش‌روی خود نمی‌بینند و مجالی برای برنامه‌ریزی راهبردی و بلندمدت نیست

(جود، ۲۰۱۱). بنابراین، پیشنهاد می‌شود اداره کل ورزش و جوانان استان کرمانشاه با استقرار و توسعه مدیریت دانش با رویکرد تفکر راهبردی، با تأکید بر نقش فناوری‌های مدرن (رسانه‌های اجتماعی)، باعث توانمندی سازمان به منظور ارائه راه‌حل‌های مناسب‌تر و باصرفه‌تر، تصمیمات به‌موقع و آگاهانه‌تر، کمک به مدیران در انتخاب و اجرای مناسب‌ترین فعالیت‌ها و فرایندهای سازمانی، کاهش دوباره کاری، کاهش احتمال وقوع یا تکرار اشتباه و قدرت انطباق و انعطاف‌پذیری بیشتر با توجه به شرایط متغیر بیرونی به شکل اثربخش‌تر شوند. این موضوع با توجه به الگوی یادگیری تفکر راهبردی کیسی و گلدمن^۲ (۲۰۱۰) که تفکر راهبردی را به‌عنوان یک پدیده قابل یادگیری می‌داند، از طریق راهکارهای زیر امکان‌پذیر است: کمک به درک مدیران و کارکنان در مورد عادات ذهنی و نگرش و خواسته‌هایشان در ارتباط با توسعه توانایی تفکر راهبردی ارزش‌آفرین و خلق مزیت رقابتی. توانایی استفاده از تجربه‌های کاری برای توسعه تفکر راهبردی و ترکیب فرایندها و جلسات سازمان با عواملی که به توسعه تفکر راهبردی مربوط می‌شود. به‌طور کلی پرداختن و تقویت تفکر راهبردی در میان مدیران سازمانی باعث شناخت، تجزیه و تحلیل، درک درست از محیط و نهایتاً تصمیم‌گیری به‌موقع، خلق منبع جدیدی از مزیت رقابتی و انعطاف‌پذیری، موفقیت، پایداری و سازگاری بیشتر سازمان با تغییر می‌شود. اهمیت سرنوشت‌ساز و نقش فرایندهای مدیریت دانش در راستای نیل به مقاصد راهبردی به دلیل اینکه قادرند جریان دانش را در جهت ایجاد و برآورده ساختن انتظارات سازمان، مشتریان و کاربران در کل سازمان به حرکت درآورند، تنها با درک درست رابطه بین این فرایندها و ابعاد گوناگون تفکر راهبردی میسر می‌شود.

در نهایت، نتایج پژوهش حاضر نشان داد که معادلات ساختاری تدوین الگوی مدیریت راهبردی و مدیریت دانش منابع انسانی با نقش میانجی رسانه‌های اجتماعی در اداره کل ورزش و جوانان استان کرمانشاه از برآزش مناسبی برخوردار است. همچنین مشخص شد که بدون فناوری‌های امروزی (از نظر میزان توجه و استفاده از رسانه‌های اجتماعی) و متغیر مدیریت دانش به‌عنوان منبعی قابل اطمینان برای تفکر راهبردی، و نیز بدون پاسخ‌گویی به عدم اطمینان‌های محیطی، متفکران راهبردی و مهارت‌های مناسب منابع انسانی که از فرایندها و بحران‌های روزانه جلوتر باشند، دنبال کردن اهداف بلندمدت و انجام فعالیت‌های رقابتی با موفقیت همراه نخواهد بود. داشتن آمادگی سازمانی برای

پذیرش و پیاده‌سازی، سیستم‌های ضروری و سرمایه‌گذاری در مورد مدیریت دانش و مؤلفه‌های آن، شیوه آموزش و به‌کارگیری آن، نقش مهمی در موفقیت و پویایی سازمانی دارد؛ چراکه قادر است با هدایت دانش در جهت رسیدن به اهداف و تفکر راهبردی در این راستا مؤثر باشد. لذا، مدنظر قرار دادن نتایج پژوهش حاضر می‌تواند راهگشای بسیاری از مشکلات سازمانی در ارتباط با فقدان تفکر راهبردی سازمان‌ها و به دنبال آن مواجه شدن با مشکلات پیش‌بینی نشده باشد.

۶. پیشنهادها

در زمینه پیشنهادهای پژوهش می‌توان به موارد ذیل در قالب هر فرضیه اشاره داشت:

فرضیه اول: مدیریت راهبردی بر رسانه‌های اجتماعی تأثیر دارد. با تایید بر این فرضیه پیشنهاد می‌شود که:

۱- مباحث ارائه شده در رسانه‌های اجتماعی باید مستند بوده و از اعتبار کافی برخوردار باشد و با توجه به نیاز کارکنان، مبحث علمی و منطقی باشد تا بتواند انگیزه لازم را ارائه نماید که این امر می‌تواند با مدیریت راهبردی از سوی مدیران عملیاتی شود.

۲- پیشنهاد می‌شود که کارکنان برای نیازهای خود (دانش، مهارت، تجربه، تخصص، توان جسمی، وقت و فرهنگ و...) در رسانه‌های اجتماعی ارزش و انگیزه بیشتری قائل شوند که مدیریت می‌تواند با راهبردهای تشویقی و فنی به این امر بپردازد.

۳- پیشنهاد می‌شود که مسئولین در رویارویی با کارکنان و نحوه ارتباط با رسانه‌های اجتماعی به طور متناسب رفتار نمایند و از راهبردهای انگیزشی استفاده کنند.

فرضیه دوم: بر مبنای نتایج حاصل از فرضیه دوم پژوهش، رسانه‌های اجتماعی بر مدیریت دانش منابع انسانی تأثیر دارند. با تایید این فرضیه پیشنهاد می‌شود که:

۱- کارکنان براساس نیاز، از رسانه‌های اجتماعی استفاده کرده و به بحث و گفتگو بپردازند تا براساس آن تبادل اطلاعات و مدیریت دانش به‌خوبی در بین نیروهای انسانی ایجاد شود.

۲- پیشنهاد می‌شود که مسئولین در رسانه‌های اجتماعی مباحث کارکنان را در تصمیم‌گیری‌ها مورد توجه قرار دهند تا زمینه انگیزه بیشتری فراهم گردد و کارکنان نیز اهمیت بیشتری به تبادل اطلاعات و دانش قائل شوند.

فرضیه سوم: بر مبنای نتایج حاصل از فرضیه سوم پژوهش، مدیریت راهبردی بر مدیریت دانش منابع انسانی تأثیر دارد. با تایید این فرضیه پیشنهاد می‌شود که:

- ۱- باید انگیزه ایجاد شده در کارکنان متناسب با شخصیت افراد باشد و این ارائه متناسب با شرایط زمانی بهبود و تقویت شود که این امر زمینه‌ساز اشتراک دانش و استفاده مداوم می‌شود.
- ۲- از آنجا که مدیریت راهبردی منابع انسانی می‌تواند نقش میانجی را نیز در رابطه بین مدیریت دانش و عملکرد سازمانی ایفا کند، می‌بایستی ابعاد مدیریت دانش در سازمان نهادینه شود تا مدیریت دانش به همراه مدیریت راهبردی منابع انسانی باعث افزایش عملکرد سازمانی گردد.

منابع

- پورصادق، ن.، یزدانی، ب. (۱۳۹۰). تأثیر قابلیت تفکر استراتژیک مدیران ارشد بر موفقیت شرکت‌های کوچک و متوسط. *مطالعات مدیریت راهبردی*، ۲(۷): ۱۴۳-۱۵۹.
- جابری، ا.، سلیمی، م.، خزایی پول، ج. (۱۳۹۲). بررسی تأثیر انگیزش‌های درونی و بیرونی بر تسهیم دانش کارکنان در سازمان‌های ورزشی (مطالعه موردی کارمندان ادارات تربیت بدنی استان اصفهان). *مدیریت ورزشی*، ۵(۱۶): ۷۵-۵۵.
- جلیلیان، ط.، تابان، م.، یاسینی، ع.، پوراشرف، ی. (۱۳۹۳). تفکر استراتژیک و مدیریت دانش. *پژوهش‌های مدیریت و حسابداری*، ۲۸: ۹۲-۱۰۵.
- حمیدی‌زاده، م.ر. (۱۳۸۹). *مدیریت دانش و دانایی: ساختار، فرآیندها و سازوکارها*. قم: انتشارات یاقوت.
- داوری، ع.، رضازاده، آ. (۱۳۹۶). *مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS*. تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
- دوانی، م.ه.، شریفیان، ا.، قهرمان تبریزی، ک. (۱۳۹۶). مقایسه عوامل موثر بر استقرار مدیریت دانش در معاونت تربیت بدنی و سلامت آموزش و پرورش از دیدگاه مدیران و کارشناسان. *پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی*، ۵(۴): ۴۱-۵۰.
- ربیعی، ع.، خاتمی نو، ف.، علاقه‌مند، ش.، خاشعی، ف. (۱۳۸۹). *بررسی میزان تفکر استراتژیک در سازمان‌های استراتژی‌محور: مطالعه تطبیقی چهار صنعت در ایران*. در: تهران: پنجمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت استراتژیک.
- رضاییان، ع.، احمدوند، ع.م.، تولایی، ر. (۱۳۸۸). بررسی الگوهای راهبرد مدیریت دانش و راهبرد دانش در سازمان‌ها. *توسعه انسانی پلیس*، ۶(۲۷): ۳۳-۶۴.
- سلطانی، م.ر.، سلیمان تبار، م. (۱۳۹۴). بررسی عوامل موثر بر توسعه منابع انسانی با رویکرد نهادی. *پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی*، ۷(۳): ۵۱-۷۸.
- شوهانی، م.ح.، محمدی، س.، نوربخش، پ. (۱۳۹۳). رابطه فرهنگ سازمانی با مدیریت دانش کارکنان وزارت ورزش و جوانان. *مدیریت منابع انسانی در ورزش*، ۲(۱): ۳-۳۳.
- فاضلی دینان، ف.، صفانیا، ع.م.، حسینی، س.ع.، امیرنژاد، س. (۱۳۹۵). ارتباط عوامل ساختاری و فرهنگی سازمان با استقرار موفقیت‌آمیز مدیریت دانش در سازمان‌های ورزشی منتخب کشور ایران. *پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی*، ۱۲(۲۴): ۳۹-۵۲.
- کیاکجوری، س. (۱۳۹۳). *بررسی رابطه مدیریت دانش و تفکر استراتژیک کارکنان (مطالعه موردی: اداره کل بنادر و دریانوردی استان مازندران)*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی واحد چالوس.
- گل محمدی، ع.، کفچه، پ.، سلطان‌پناه، ه. (۱۳۹۲). سبک‌های رهبری و تفکر استراتژیک در سطح سازمانی. *مطالعات مدیریت راهبردی*، ۴(۱۵): ۹۳-۱۱۴.
- محمدپور، ز.، کرمی، ع.، رسولی، م. (۱۳۹۲). *بررسی رابطه بین فرآیند مدیریت دانش و ظرفیت تفکر استراتژیک در شرکت گاز استان مازندران*. شیراز: اولین کنفرانس ملی حسابداری و مدیریت.
- مرادی، م.، میرالماسی، آ. (۱۳۹۶). *روش پژوهش عمل‌گرا (مدرسه پژوهش‌گرا) (مدرسه پژوهش‌گرا) (مدرسه پژوهش‌گرا) (مدرسه پژوهش‌گرا)*. تهران: مطلبی، ا؛ عالی‌پور، ع.ر.، نصری، ف. (۱۳۹۲). شناسایی عوامل موثر بر پیاده‌سازی مدیریت دانش در موسسات آموزشی عالی و رتبه‌بندی آن‌ها به روش تاپسیس فازی. *تحقیقات مدیریت آموزشی*، ۵(۱۷): ۱۳۳-۱۵۴.
- منصوری بروجنی، و.، اتقیا، ن.، مختاری دینانی، م.، نظریان مادوانی، ع. (۱۳۹۵). ارتباط بین مدیریت دانش با اثربخشی سازمانی در کارکنان وزارت ورزش و جوانان. *پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی*، ۶(۱۱): ۴۱-۵۰.

- منوریان، ع.، آقازاده، ه.، شهامت‌نژاد، م. (۱۳۹۱). سنجش تفکر استراتژیک در مدیران شهرداری تهران. مدیریت بازرگانی، ۴(۲): ۱۲۹-۱۴۶.
- یاوری، و.، زاهدی، ش. (۱۳۹۲). طراحی مدل مفهومی مدیریت عملکرد سازمانی برای سازمان‌های دولتی و غیرانتفاعی. اندیشه مدیریت راهبردی (اندیشه مدیریت)، ۷(۱): ۷۹-۱۲۲.

References

- Addleson, M. (2000). *Organizing to know and to learn: Reflections on organization and knowledge management*. In: TKanti Srikantaiah & Michael E.D. Koenig, (Eds.), *Knowledge management for the information professional*, Information Today. Medford, NJ: 137-160.
- Adler, R.W. (2018). *Strategic performance management: Accounting for Organizational Control*. Park Square, Milton Park, Abingdon, Oxon OX14 4RN.
- Ajmal, M. & Helo, P. (2010). Organizational culture and knowledge management: An empirical study in Finnish Project-Based Companies. *Innovation and Learning*, 7(3): 331-344.
- Angrist, N., Djankov, S., Goldberg, P.K. & Patrinos, H.A. (2019). *Measuring human capital*. The World Bank.
- Appel, G., Grewal, L., Hadi, R. & Stephen, A.T. (2020). The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(1): 79-95.
- Balduck, A.L., Buelens, M. & Maes, M. (2009). *Management and Program Effectiveness in Belgian Sports Clubs*. Working paper series, Faculty of Economics and Business Administration, Ghent University: 1-26.
- Bashir, H. & Afrasiabi, M.S. (2010). Social media function in Iran. *Rasaneh*, 15(2): 5-32.
- Bian, M. & Leung, L. (2017). Linking loneliness, shyness, smartphone addiction symptoms, and patterns of smartphone use to social capital. *Social Science Computer Review*, 33(1): 61-79
- Bonn, I. (2005). Improving Strategic Thinking: A Multilevel Approach. *Leadership & Organization Development Journal*, 26(5): 336-354.
- Casey, A.J & Goldman, E.F. (2010). Enhancing the Ability to Think Strategically: A Learning Model. *Management Learning*, 41(2): 167-185.
- Chan, M. (2015). Mobile phones and the good life: Examining the relationships among mobile use, social capital and subjective well-being. *New Media & Society*, 17(1): 96-113.
- Chang, M.Y., Hung, Y.C., Yen, D.C.N.D. & Tseng, P.T. (2009). The research on the critical success factors of knowledge management and classification framework project in the Executive Yuan of Taiwan Government. *Expert System with Applications*, 9(12): 5376-86.
- Chen, F.C., Liu, Z.J. & Kweh, Q.L. (2014). Intellectual capital and productivity of Malaysian general insurers. *Economic Modelling*, 36: 413-20.
- Chin, W.W. (2003). Issues and opinions on structural equation modeling. *MIS*, 22(1): 7-16.
- Davani, M.H., Sharifian, I. & Ghahraman Tabrizi, K. (2017). Comparison of Effective Factors on the Establishment of Knowledge Management in the Dept of Physical Education and Education Health Education from the Point of View of Managers and Experts. *Applied Research in Sport Management*, 4(20): 41-50. [in persian]
- Davari, A. & Rezazadeh, A. (2016). *Structural equation modeling with PLS software*. Tehran: Academic Jihad Publishing Organization. [in persian]

- Fazeli Deanan, F., Saffaniya, A.M., Hosseini, S.E. & Amir Nejad, S. (2016). The Relationship between Organizational Structural and Cultural Factors with the Successful Establishment of Knowledge Management In selected sports organizations of Iran. *Sports management and movement behavior research paper*, 12(24): 39-52.
- Fazeli Deanan, F., Saffaniya, A.M., Hosseini, S.E. & Amir Nejad, S. (2016). The Relationship between Organizational Structural and Cultural Factors with the Successful Establishment of Knowledge Management In selected sports organizations of Iran. *Sports management and movement behavior research paper*, 12(24): 39-52. [in persian]
- Fornell, C. & Larcker, D. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18(1): 39550.
- GolMohammadi, E., Kafcheh, P. & Sultanpanah, H. (2013). Leadership styles and strategic thinking at the organizational level. *Strategic Management Studies*, 15: 3-114. [in persian]
- Hamidizadeh, M. (2011). *Knowledge management: structure, processes and mechanisms*. Qom: Yaghoot Publications. [in persian]
- Jaberi, A., Salimi, M. & Khazaei Pul, J. (2013). The Effect of Internal and External Motivation on Employees' Knowledge Sharing in Sport Organizations (Case Study: Employees of Physical Education Institutes of Isfahan Province). *Sports Management*, 5(16): 55-75. [in persian]
- Jalilian, T., Taban, M., Yasini, A. & Poursharf, Y. (2016). Strategic thinking and knowledge management. *Monthly Journal of Management and Accounting Research*, 28: 92-105. [in persian]
- Judge, W. (2011). *Building Organizational Capacity for Change: The Strategic Leaders New Mandate*. New York: Business Expert Press: 202.
- Kaplan, A.M. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business horizons*, 53(1): 59-68.
- Kebede, G. (2010). Knowledge management: An information science perspective. *International Journal of Information Management*, 30: 416-424.
- Khan, M.M.S., Alheety, S.N.Y. & Bardai, B. (2020). Impact of human capital skills on corporate performance: a case of islamic banks in Pakistan. *Journal of Islamic Finance*, 9(1): 076-088.
- Khosravi, A. (2020). Customer knowledge management enhancement in enterprise software development firms: Experts Perspective on a Theoretical Framework. *Journal of Soft Computing and Decision Support Systems*, 7(3): 6-12.
- Kiakejori, S. (2014). *Investigating the Relationship between Knowledge Management and Strategic Thinking of Employees (Case study: General Administration of Ports and Maritime Affairs of Mazandaran Province)*. Master thesis. Islamic Azad University, Chalous Branch. [in persian]
- Kraus Sascha, K (2009). Strategic management and entrepreneurship: Friends or foes? Int. *Journal of Business Science and Applied Management*, 4: 37-50.
- Lardo, A., Dumay, J., Trequattrini, R. & Russo, G. (2017). Social media networks as drivers for intellectual capital disclosure. *Journal of Intellectual Capital*, 19(6): 74-86.
- Liedtka, J. (1998). Strategic Thinking: Can it be Taught? *Long range planning Elsevier science ltd*, 31(1): 120-129.
- Ling, T.N. & Shan, L.Y. (2010). *Knowledge Management Adoption among Malaysia's SMEs: Critical Factors*. In: Knowledge Management: theory, research & practice, proceedings K M

- 5th International Conference: 269-276
- Lisk, T. C. (2020). *Social Media, Personality, and Leadership as Predictors of Job Performance*. Doctoral dissertation. The Claremont Graduate University.
- Mansoori Borujeni, V., Atghia, N., Mokhtari Dinani, M. & Nazariran Madwani, A. (2016). The relationship between knowledge management and organizational effectiveness in the staff of the Ministry of Sports and Youth. *Contemporary Research in Sport Management*, 6(11): 41-50. [in persian]
- Meng, J., Williams, D. & Shen, C. (2015). Channels matter: multimodal connectedness, types of co-players and social capital for Multiplayer Online Battle Arena gamers, *Computers in Human Behavior*, 52: 190-199.
- Mintzberg, H. (1994). The rise and fall of strategic planning. New York: Free Press. Public Relations Strategy. *Harvard Business Review*, 72(1): 107-114.
- Mohammadpour, Z., Karami, A. & Rasouli, M. (2013). *The Relationship Between Knowledge Management Process and Strategic Thinking Capacity in Gas Company of Mazandaran Province*. In: Shiraz: First National Conference on Accounting and Management. [in persian]
- Monavarian, A., Aghazadeh, H. & Shahamat Nezhad, M. (2012). Measurement of Strategic Thinking in Tehran Municipality Managers. *Journal of Business Management*, 4(12): 146-129. [in persian]
- Moradi, M. & Miralmasi, A. (2018). *Pragmatic research method. (School of quantitative and qualitative research)*. Tehran. [in persian]
- Morrison, J. & Lee, J. (1994). From strategic planning to strategic thinking. *Horizon*, 2(3): 3-4.
- Morrison, J.R. & Lee, J. (1979). The Anatomy of Strategic Thinking. *McKinsey Quarterly Autumn*, 3: 2-8.
- Motalebi, A., AliPour, A.R. & Nasri, F. (2013). Identification of effective factors on the implementation of knowledge management in higher education institutions and their ranking by fuzzy tops method. *Quarterly Journal of Research in Knowledge Management Research*, 5(1): 133-153. [in persian]
- Nafukho, F.M. & Muya, M.A. (2014). *Emotional intelligence and its critical role in developing human resources*. In: N.E. Chalofsky, T.S. Rocco & M.L. Morris, Handbook of Human Resource Development. John Wiley & Sons, Hoboken, NJ: 623-639
- Nonaka, I. & Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*. New York: Oxford University Press.
- Poursadegh, N. & Yazdani, B. (2011). The Effectiveness of Strategic Thinking of Senior Managers on the Success of Small and Medium Enterprises. *Journal of Strategic Management Studies*, 2(7): 143-159. [in persian]
- Pradanaa, S.I., Kurniawati, A. & Mbarsaric, N. (2015). Knowledge management system implementation readiness measurement in PDII LIPI based on people and organizational structure factors. *Industrial Engineering and Service Science, IESS Procedia Manufacturing*, 4: 216-223.
- Rabiei, A., Khatami Nou, F., Alaghemand, Sh. & Khashaie, F. (2008). *The Study of Strategic Thinking in Strategic Organizations*. In: Tehran: the 5th International Conference on Strategic

- Management. [in persian]
- Radrigo Valio, D.G. & Manoel, A. (2014). Mapping the organizational factors that support knowledge management in the Brazilian automotive industry. *Journal of knowledge management*, 18(1): 152-176.
- Rezaeian, A., Ahmadvand, A. & Toulaei, R. (2009), A study of knowledge management strategy models and knowledge strategy in the organization. *Human Development of the Police*, 6(27): 33-64. [in persian]
- Shuhani, M.H., Mohammadi, S. & Nourbakhsh, P. (2014). The Relationship between Organizational Culture & Knowledge Management at the Ministry of Sports& Youth. *Human Resources Management in Sport*, 2(1): 23-33. [in persian]
- Soltani, M. & Soleimantbar, M. (2015) A Study of Factors Affecting the Development of Human Resources, with an Institutional Approach. *Quarterly Journal of Human Resource Management Research*, 17(13): 35-55. [in persian]
- Tenenhaus, M., Amato, S. & Vinzi, V.E. (2004) A Global Goodness-of-Fit Index for PLS Structural Equation Modelling. *Proceedings of the XLII SIS Scientific Meeting*, 1: 739-742.
- Wen, X., Wu, G., Kang, Q., Wang, L. & Zeng, J. (2020). A study on customer knowledge management, inbound open innovation and firm performance. *Human Systems Management*, 39(2): 183-195.
- Wetzels, M., Odekerken-Schröder, G. & Oppen, C.V. (2009). Using PLS Path Modeling for Assessing Hierarchical Construct Models: Guidelines and Empirical Illustration. *MIS*. 33(1): 177-195.
- Yavari, V. & Zahedi, Sh. (2013). Designing a conceptual model of organizational performance management for governmental and non-profit organizations. *Strategic Management Thought*, 7(1): 79-122. [in persian]
- Zivnuska, S., Carlson, J.R., Carlson, D.S., Harris, R.B. & Harris, K.J. (2019). Social media addiction and social media reactions: The implications for job performance. *The Journal of social psychology*, 159(6): 746-760.