



سازمان بنادر و دریانوردی به عنوان تنها مرجع حاکمیتی کشور در امور بندری، دریایی و کشتی‌رانی بازرگانی به منظور ایفای نقش مرجعیت دانشی خود و در راستای تحقق راهبردهای کلان نقشه جامع علمی کشور مبنی بر "حمایت از توسعه شبکه‌های تحقیقاتی و تسهیل انتقال و انتشار دانش و سامان‌دهی علمی" از طریق "استانداردسازی و اصلاح فرایندهای تولید، ثبت، داوری و سنجش و ایجاد بانک‌های اطلاعاتی یکپارچه برای نشریات، اختراعات و اکتشافات پژوهشگران"، اقدام به ارایه این اثر در سایت SID می‌نماید.



تبیین رابطه هوش هیجانی و مدیریت دانش (مطالعه موردی: اداره کل بنادر و دریانوردی استان مازندران)

دکتر عبدالصمد خلعتبری*^۱، غلامرضا درستکار سرمستانی^۲

تاریخ پذیرش: ۹۵/۴/۱۷

*نویسنده مسئول

تاریخ دریافت: ۹۴/۳/۱۲

© نشریه صنعت حمل و نقل دریایی ۱۳۹۶، تمامی حقوق این اثر متعلق به نشریه صنعت حمل و نقل دریایی است.

چکیده

هدف از این پژوهش تبیین رابطه بین هوش هیجانی و مؤلفه‌های آن با مدیریت دانش در اداره کل بنادر و دریانوردی استان مازندران است. این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و بر اساس گردآوری داده‌ها، توصیفی و از نوع همبستگی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه کارکنان ستادی شاغل در اداره کل با حداقل تحصیلات فوق دیپلم به تعداد ۱۹۶ نفر بود که از این میزان بر اساس فرمول کوکران تعداد ۱۳۳ نفر به روش تصادفی ساده به عنوان نمونه آماری انتخاب شد. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه‌های مدیریت دانش تعدیل یافته بهات (۲۰۰۱) با ۳۸ پرسش و هوش هیجانی شیرینگ (۲۰۰۳) با ۲۵ پرسش می‌باشد. روایی محتوای صوری ابزار توسط خبرگان و میزان پایایی دو پرسشنامه به روش آلفای کرونباخ تأیید شد. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های آماری نشان داد رابطه مثبت و معناداری بین هوش هیجانی و مؤلفه‌های آن با مدیریت دانش کارکنان وجود دارد.

واژه‌های کلیدی: مدیریت دانش، هوش هیجانی، بنادر و دریانوردی

۱. عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رامسر

۲. کارشناس ارشد مدیریت دولتی، اداره کل بنادر و دریانوردی استان مازندران

۱- مقدمه

سازمان‌ها برای اینکه بتوانند در محیط پرتلاطم و رقابتی امروز باقی بمانند، باید خود را به تفکرهای نوین کسب و کار مجهز سازند و به‌طور مستمر خود را بهبود بخشند. رهبری این‌گونه سازمان‌ها بسیار حساس و پیچیده است و زمانی این حساسیت دو چندان می‌شود که رهبر با تغییرهای انطباقی روبه‌رو باشد که بسیار متفاوت از تغییرهای فنی است. مشکلات فنی از طریق دانش فنی و فرآیندهای متداول حل مسئله قابل حل‌اند، حال آن‌که مشکلات انطباقی در برابر این‌گونه راه‌حل‌ها متفاوت است (مختاری‌پور و سیادت، ۱۳۸۶).

دانایی مهم‌ترین سرمایه هر سازمان است و سازمانی که از این موهبت بیشتر برخوردار باشد یقیناً با چالش‌های موجود بهتر برخورد می‌کند و در عرصه‌های رقابت موفق‌تر خواهد بود. در عصر حاضر وجود افراد دانش‌پذیر اساس رقابت در فضای جهانی‌شدن است و کامیابی و ناکامی اقتصادی شرکت‌های امروز به کم و کیف دانش و تخصص آنها بستگی دارد. اغلب سازمان‌ها پذیرفته‌اند که در مقام تنها مزیت رقابتی پایدار باید به کارکنان خود متکی باشند و به ارتقای دانش، مهارت و قابلیت‌های آنها اهتمام ورزند. از این‌رو بقای سازمان‌ها در عرصه رقابت به حفظ، توسعه و بهره‌برداری از قابلیت‌های کارکنان آن وابسته است. سازمانی که نتواند مهارت، دانش و دانایی خود را توسعه دهد و از آن برای افزایش بهره‌وری استفاده کند، قادر نیست هیچ‌یک از منابع خود را به نحو مطلوب توسعه دهد (حیدری تفرشی، ۱۳۸۶).

۱-۱- بیان مسئله

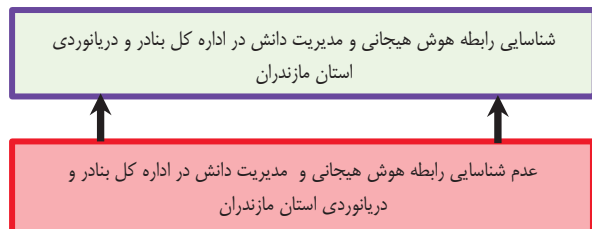
مدیریت دانش با ایجاد، توسعه و ترویج دانش و تمرکز بر درائی‌های غیر فیزیکی سازمان (تجارب و دانش کارکنان)، شرایطی را برای بروز رفتار کارآفرینانه فراهم می‌کند و باعث به وجود آمدن سازمان‌های کارآفرین می‌شود که مجموعه این اقدامات تأثیر مستقیمی بر روی رشد و توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی سازمان دارد. در واقع می‌توان گفت که سازمان‌ها اگر بخواهند از رویکرد کارآفرینی برای نیل به اهداف خود یعنی بقای رشد و توسعه بهره‌مند شوند بایستی با مدیریت بر دانش شرایط را برای بروز رفتار کارآفرینانه فراهم نمایند (کوشکی و همکاران، ۱۳۸۹).

سازمان‌های متعالی از طریق اندازه‌گیری، مدیریت و توسعه منابع ناملموس، شامل سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه ارتباطی و نیز با به‌کارگیری فرآیند و استراتژی‌های خلق، کسب، تسهیم و کاربرد دانش به بهبود عملکرد حوزه منابع انسانی کمک می‌کنند (قلیچ لی، ۱۳۸۹).

با بررسی مبانی نظری اندیشمندان حوزه مدیریت دانش، روشن می‌شود که مدیریت دانش درصدد است تا با ایجاد راهکارهای مناسب، دانش مورد نیاز کارکنان را در سازمان بهبود دهد و مسبب ارتقای جایگاه سازمانی و تحقق هرچه بهتر اهداف سازمانی شود. در این زمینه نقش کارکنان سازمان به عنوان منابع انسانی بسیار حیاتی می‌باشد، چه بسا عدم توجه به آنان عملاً دستیابی به موفقیت در جهت کسب، ثبت، انتقال و به‌کارگیری دانش را با شکست روبرو خواهد ساخت.

با توجه به اهمیت هوش هیجانی و تأثیر آن بر رفتارهای سازمانی کارکنان به عنوان مهم‌ترین رکن تحقق اهداف سازمان، این پژوهش بر آن تا با بررسی و شناسایی رابطه بین این دو متغیر گامی کوچک در راستای

اهداف سازمانی بردارد. همان‌طور که در شکل (۱) نشان داده شده، مسئله اصلی این تحقیق این است که: آیا اساساً بین هوش هیجانی و مؤلفه‌های آن (خودآگاهی، خودانگیختگی، خودکنترلی، همدلی و مهارت‌های اجتماعی) و مدیریت دانش کارکنان اداره کل بنادر و دریانوردی استان مازندران رابطه‌ای وجود دارد؟



شکل (۱): مسئله پژوهش

۱-۲- پرسش‌های پژوهش

آیا بین هوش هیجانی و مدیریت دانش در اداره کل بنادر و دریانوردی استان مازندران رابطه‌ای وجود دارد؟
 آیا بین خودانگیختگی و مدیریت دانش در اداره کل بنادر و دریانوردی استان مازندران رابطه‌ای وجود دارد؟
 آیا بین خودآگاهی و مدیریت دانش در اداره کل بنادر و دریانوردی استان مازندران رابطه‌ای وجود دارد؟
 آیا بین خودکنترلی و مدیریت دانش در اداره کل بنادر و دریانوردی استان مازندران رابطه‌ای وجود دارد؟
 آیا بین هوشیاری اجتماعی و مدیریت دانش در اداره کل بنادر و دریانوردی استان مازندران رابطه‌ای وجود دارد؟
 آیا بین مهارت‌های اجتماعی و مدیریت دانش در اداره کل بنادر و دریانوردی استان مازندران رابطه‌ای وجود دارد؟

۱-۳- مبانی نظری

۱-۳-۱- تعریف هوش هیجانی

از منظر دکتر دانیل گلمن (۱۹۹۵) هوش هیجانی «شامل توانایی‌هایی مانند برانگیختن فرد، استقامت در مقابل استیصال، کنترل تکانه، تأخیر در کامرواسازی، تعدیل خلق و خوی پرهیز از استرس‌های مخرب به منظور جلوگیری از اختلالات فکری، همدلی و امیدواری است».

پیتر سالووی و جان مایر (۱۹۹۷) اظهار داشتند که: «هوش هیجانی توانایی درک هیجان‌ها و عواطف به منظور دستیابی به ایجاد هیجان است تا ضمن کمک به تفکر بهتر بتواند منجر به شناخت هیجان‌ها و عواطف نیز شود و هماهنگی لازم میان عواطف و احساسات را برای ارتقای عاطفی و هوشی فراهم آورد».

بارون (۱۹۹۷) معتقد است هوش هیجانی «مجموعه‌ای از قابلیت‌های غیرشناختی و مهارت‌هایی است که به فرد امکان می‌دهد تا بتواند در برابر خواسته‌ها و فشارهای محیطی از عهده آنها برآید».

هوش هیجانی در واقع داشتن مهارت‌هایی است تا بدانید چه کسی هستند و چه افکار، احساسات، عواطف و انسجام رفتاری دارید. به عبارت دیگر هوش هیجانی، توانایی درک و شناخت صحیح هیجان‌ها، عواطف، صداقت و آگاهی نسبت به احساسات خود و دیگران است. هوش هیجانی

هوش هیجانی به عنوان عاملی واسطه‌ای و سازمان‌دهنده می‌تواند، موجب بهبود عملکرد گروهی شود زیرا برای گروه این امکان را فراهم می‌کند که به طور سریع به شکل هماهنگ و مؤثر درآید. به نظر می‌رسد، گروه‌هایی که از نظر هوش هیجانی در حد پایین قرار دارند، جهت کار کردن مؤثر در قالب یک گروه هماهنگ به وقت بیشتری نیاز داشته باشند (سبحانی نژاد و یوزباشی، ۱۳۸۷).

گلمن می‌گوید کارکنان به ویژه مدیران و رهبران نیازمند درجه بالایی از هوش هیجانی هستند. چرا؟ چون آنان کسانی هستند که سازمان را به جامعه معرفی می‌کنند و با بسیاری از افراد در داخل و خارج سازمان تعامل دارند و نقش مهمی در ایجاد روحیه کارکنان دارند. رهبران با ویژگی همدلی قادرند نیازهای کارکنان را شناخته و با دریافت بارخور سازنده آن نیازها را برطرف نمایند. دانیل گلمن می‌گوید شغل‌های مختلف نیازمند انواع هوش هیجانی هستند به عنوان مثال موفقیت یک فروشنده نیازمند نوعی همدلی است تا بتواند روحیات مشتری را تشخیص داده و از مهارت‌های ارتباطی نیز برای تصمیم‌گیری استفاده نمایند که چه موقع نزد مشتری سکوت کند یا اینکه کالای خود را معرفی نماید. اما موفقیت یک نقاش یا تیس باز حرفه‌ای بستگی به مهارت‌های خود انضباطی فردی و انگیزش دارد (آقایار و شریفی درآمدی، ۱۳۸۶).

۱-۳-۴- قابلیت‌های هوش هیجانی در محیط کار

خودآگاهی و خودارزیابی صحیح:

مدیران و کارکنان فاقد این قابلیت در تعامل با دیگران به سرعت عصبانی و رنجیده می‌شوند در نتیجه آنها در روابط کاری و فردی با دیگران با مشکل مواجه شده و رفتاری تهاجمی و خشن از خود نشان می‌دهند. آنها اشتباهات خود را نمی‌پذیرند و از آنها نیز پند نمی‌گیرند. بنابراین از انتقاد سازنده گریزان‌اند و نمی‌توانند با یک خودآگاهی واقع‌گرایانه به نقاط قوت و محدودیت‌های خود پی ببرند (آقایار و شریفی درآمدی، ۱۳۸۶).

ابتکار:

مدیران و کارکنانی که در مواجهه با حوادث یا مشکلات به جای اعمال رفتارهای فعالانه و مفید واکنش‌های تدافعی نشان می‌دهند، دائماً خودشان را در یک وضعیت بحران روانی می‌بینند. وقتی آنها نتوانند از قوه ابتکارشان استفاده کنند، ممکن است فرصت‌های استراتژیک ارزشمندی را از دست بدهند؛ زیرا فرآیند برنامه‌ریزی با تجزیه و تحلیل گذشته کافی نبوده یا ممکن است در مقابل یک ریسک محاسبه‌شده مقاومت کنند.

تصمیم‌گیری درست:

اگر مدیران یا کارکنان توانایی لازم برای اخذ تصمیمات صحیح و درست را نداشته باشند بیشترین آثار آن را زمانی نشان می‌دهند که در شرایط هرج و مرج و یا عدم قطعیت قرار بگیرند. افرادی که در تصمیم‌گیری ضعیف‌اند نسبت به کسانی که قدرت تجزیه و تحلیل دارند، زمان زیادی را صرف تصمیم‌گیری می‌کنند زیرا: (۱) ممکن است جرئت و شهامت انتخاب نداشته باشند، (۲) از مسئولیت‌پذیری گریزان باشند و (۳) نسبت به اجرای کامل تصمیم، تعهد و پایبندی لازم را نداشته باشند (آقایار و شریفی درآمدی، ۱۳۸۶).

توانایی درک و فهم هیجان‌ها و عواطف است به منظور تعمیم آن به عنوان حامی اندیشه، شناخت هیجان‌ها و دانش هیجانی، تا بتوان آنها را نظم داده و موجبات رشد عقلی، عاطفی و هیجانی را فراهم آوریم (آقایار و شریفی درآمدی، ۱۳۸۶).

۱-۳-۲- ابعاد هوش هیجانی گلمن

خودآگاهی:

از طریق شناخت عمیق عواطف، هیجان‌ها و حالات روانی دیگران، نقاط قوت و ضعف و توانایی ارزیابی صحیح از خود به دست می‌آید و به عبارتی در خودآگاهی شما هیجان‌ها و احساسات خود را بخوانید و از آنها آگاه باشید. خودآگاهی به افراد اجازه می‌دهد تا نقاط قوت و محدودیت‌های خودمدیریتی؛

توانایی کنترل و اداره کردن عواطف و هیجان‌ها، توانایی حفظ آرامش در شرایط بحرانی و استرس‌زا، توانایی خودانگیزی و ابراز منویات درونی است. به عبارتی خودمدیریتی توانایی کنترل عواطف و هیجان‌ها و رفتارهای صادقانه و درست است. افراد با مهارت خودمدیریتی اجازه نمی‌دهند بدخلقی‌ها در طول روز از آنها سر بزند و می‌دانند منشأ بدخلقی‌ها کجاست و ممکن است چقدر طول بکشد.

آگاهی اجتماعی:

افراد دارای این مهارت دقیقاً می‌دانند که گفتار و کردارشان بر دیگران تأثیر می‌گذارد و می‌دانند اگر تأثیر رفتارشان منفی باشد آن را تغییر دهند. یک نمونه از مهارت آگاهی اجتماعی، همدلی است. همدلی یعنی توانایی ورود به احساسات دیگران یا توانایی درک احساسات کارکنان در فرآیند تصمیم‌گیری هوشمند فردی یا گروهی است.

مدیریت روابط:

شامل برقراری ارتباطات، تأثیرگذاری، تشریک مساعی و کار گروهی است. از این مهارت می‌توان در جهت گسترش شور و اشتیاق و حل تعارضات استفاده کرد. مهارت‌های خودآگاهی و خودمدیریتی مربوط به حوزه فردی است اما مهارت‌های آگاهی اجتماعی و مدیریت روابط به چگونگی برقراری رابطه با افراد و اجتماع برمی‌گردد و بیشتر به توانایی افراد در حفظ صحیح روابط خود با دیگران می‌پردازد. (آقایار و شریفی درآمدی، ۱۳۸۶).

۱-۳-۳- کاربرد هوش هیجانی در محیط کار

احساسات و عواطف هیچ وقت دست از سر ما برنمی‌دارند. در خانه، سرکار، در راه خانه، آنها همه جا و همه وقت با ما هستند. ملاحظه نیز ندارند! هرگز نمی‌توانید به این بهانه که می‌خواهید به سرکار خود بروید، آنها را در خانه پشت سر خود بگذارید. آنها همیشه مثل مدعیانی زیر گوشمان وزوز می‌کنند. هرچه زودتر صدایشان را بشنوید و از آنها آگاهی یابید، و هرچه زودتر آنها را بشناسید، زودتر می‌توانید کنترل کار و زندگی خود را به دست بگیرید. درک، شناخت و مدیریت احساسات و عواطف تنها راه بهره‌وری و بازدهی بالا در کار و زندگی است و یگانه حامی و راهنمای شما در رسیدن به اهدافتان محسوب می‌شود (براد بوی، و همکاران، ۱۳۸۸).

همدلی:

وقتی مدیران و رؤسا به هنگام بحران و یا عدم قطعیت از خود به اندازه کافی همدلی نشان ندهند از دیدگاه کارکنان افرادی بی تفاوت، بی توجه و غیرقابل اعتماد جلوه می کنند، این امر باعث می شود کارکنان کمتر در کارها مشارکت و یا ارتباط برقرار کنند.

ارتباط:

مدیران و کارکنان در صورت عدم استفاده صحیح از مهارت‌های ارتباطی در زمان هرج و مرج یا بحران با موانع گسترده‌ای برای انجام کار مواجه می گردند. بدون برقراری ارتباط صحیح آنها سعی می کنند از گفتگوهای دوجانبه در مورد موضوعات مهم پرهیز کرده و غالباً سعی می کنند اخبار و اطلاعات خوب را به دیگران برسانند و اخبار بد و ناخوشایند را از دیگران مخفی کنند که این کار به فضای اعتماد حاکم بر سازمان لطمه وارد می سازد (آقایار و شریفی درآمدی، ۱۳۸۶).

نفوذ:

وقتی افراد از نظر مهارت نفوذگذاری بر دیگران ضعیف باشند به جای کسب حمایت و پشتیبانی آنها را فراری می دهند که در نهایت مجبور می شوند همیشه کارشان را به تنهایی انجام داده و حتی مخالف کار گروهی باشند. در این شرایط ترغیب کارکنان برای ابراز عقیده و شرکت در چالش‌های مفید خیلی دشوار خواهد بود.

تطبيق پذیری:

بدون افزایش توان و تطبيق به هنگام مواجه با بحران و عدم قطعیت بسیاری از مدیران و رؤسا با قرار گرفتن در شرایط جدید از خود واکنش منفی نشان می دهند و یا ممکن است با تغییر اولویت‌های کار، بیش از حد به دیگران هیجان وارد کنند. تمایل فزاینده به تحت فشار قرار دادن دیگران یا گرایش به برخوردهای تند و مشاجره با کارکنان که در اثر ناکامی و عدم تحقق اهداف به وجود می آید، شدت یافته و مشکلات جدیدی را ایجاد می کند، بنابراین ضروری است واکنش‌ها و تاکتیک‌های خود را متناسب با شرایط جدید تطبيق دهند و در نهایت بدون تعارف پذیری چالش‌های جدید باشند.

وقتی افراد به لحاظ مهارت خودمدریتی در سطح پایینی باشند معمولاً در شرایط استرس‌زا از خود واکنش‌های تکانشی یا نسنجیده‌ای نشان می دهند. در مواجهه با تغییرات سریع محیطی یا بروز تضاد در محیط کار احتمالاً دچار استرس (فشار روانی)، خشم یا عصبانیت می شوند و همچنین گاهی اوقات در مقابل مشکلات به طریق غلط یا محرب پاسخ می دهند و اغلب باعث پیامدهای غیرمنتظره می شوند (آقایار و شریفی درآمدی، ۱۳۸۶).

۱-۴- مدیریت دانش

مدیریت دانش یک فعالیت گروهی و مشارکتی است و تمامی افراد در کلبه سطوح سازمانی باید در آن دخیل باشند. هماهنگی گروهی و ایجاد فرهنگ سازمانی انعطاف‌پذیر برای نیل به اهداف مدیریت دانش در سازمان مؤثر است. برنامه‌های مدیریت دانش باید کاملاً سازمان‌یافته، قابل ارزیابی و اجرا در بافت سازمانی مربوطه باشد (گلچین پور، ۱۳۸۶).

مدیریت دانش فرآیند شناسایی، کسب، توسعه، اشتراک، به کارگیری، نگهداری و ارزیابی منبع استراتژیک دانش در یک جو یادگیرنده برای

افزایش قابلیت‌ها و توانایی‌های سازمان به منظور بهسازی و بلندنگی سازمانی در یک محیط متغیر پویاست (میر کمالی، ۱۳۸۹).

مدیریت دانش به عنوان یک فرایند سیستماتیک جهت پیدا کردن، انتخاب، سازماندهی، چکیده‌سازی و ارائه اطلاعات در جهت افزایش درک و فهم کارکنان از حوزه خاص مورد علاقه‌شان می باشد. مدیریت دانش به سازمان در کسب، درک و بینش حاصل از تجربه خود کمک می کند. فعالیت‌های خاص مدیریت دانش به تمرکز سازمان بر اکتساب، ذخیره‌سازی و به کارگیری دانش برای مواردی از قبیل حل مسئله، یادگیری پویا، برنامه‌ریزی استراتژیک و تصمیم‌گیری کمک می کند که در نهایت موجب کارآفرینی می شود (باقری، ۱۳۸۹).

مدیریت دانش فرایند کشف، کسب، توسعه و ایجاد، تسهیم، نگهداری، ارزیابی و به کارگیری دانش مناسب در زمان مناسب توسط فرد مناسب در سازمان است که از طریق ایجاد پیوند بین منابع انسانی، فناوری اطلاعات و ارتباطات و ایجاد ساختاری مناسب برای دستیابی به اهداف سازمانی صورت می پذیرد (صلواتی و همکاران، ۱۳۹۰).

آمریت تیوانا^۳ مدیریت دانش را ترکیب متغیری از تجربه کارکنان، ارزش‌ها، دیدگاه‌های تخصصی و یافته‌های درونی و شهودی می داند که محیطی را برای ارزیابی و مشارکت دادن تجربه‌ها و اطلاعات تازه فراهم می نماید. این مدیریت در اذهان کارکنان نهفته است، اما اغلب در فرهنگ سازمان جلوه می کند و شامل فعالیت‌های روزمره، فرآیندها، سیستم‌ها و هنجارها است (ای مکناب، ۱۳۹۰).

مدیریت دانش مجموعه‌ای از فرآیندها برای فهم و به کارگیری منبع استراتژیک دانش در سازمان است. مدیریت دانش رویکردی ساخت‌یافته است که رویه‌هایی را برای شناسایی، ارزیابی، سازماندهی، ذخیره و به کارگیری دانش به منظور تأمین نیازها و اهداف سازمان برقرار می سازد (Alavi & Tiwana, 2002).

دانش در برگزیده داده، اطلاعات و دانش ضمنی است و مدیریت دانش فرآیندی است که به خلق، تسهیم، نشر و کاربرد دانش در سازمان می پردازد. هنگامی که دانش مورد استفاده قرار گیرد، یادگیری رخ می دهد که این امر به نوبه خود، میزان دانش موجود در سازمان را بهبود می بخشد (Darroch & Mcnaughton, 2003).

مدیریت دانش فرایندی است که به سازمان‌ها جهت تسلط بر اطلاعات و دانش مهم که بخشی از حافظه سازمان است و معمولاً در یک قالب بدون ساختار می باشد و برای موفقیت سازمان، دانش شکلی از سرمایه است که باید در یک قالب و شکلی که بتواند بین افراد مبادله شود، وجود داشته باشد و همچنین در کل سازمان توسعه یابد (Lai & Lee, 2007).

مدیریت دانش رویکردی برای ایجاد سازمانی است که اعضای آن بتوانند دانش را کسب، تسهیم و خلق کرده و یا آن را برای فعالیت‌های تصمیم‌گیری خود به کار برند (Karkoulia et al, 2008).

۱-۴-۱- ابعاد مدیریت دانش

ابعاد مدیریت دانش از دیدگاه‌های گوناگونی بررسی شده است و محققان مختلف هر یک از زاویه خاصی به آن نگریسته‌اند. از یک دیدگاه،

3. Amrit Tiwana, 2002

است که موضوع مدیریت دانش بحثی نیست که اهمیت خود را از دست دهد بلکه با توجه به سرعت تغییرات محیط ارزش‌شان روزبه‌روز بیشتر می‌شود. جهانی‌شدن و تنوع نیروی کار، پویایی‌های محیط کار امروزی را متحول کرده است. قواعد تسهیم دانش سنتی، یادگیری و آموزش در سازمان‌ها در حال تغییر است (Sauve, 2007).

۱-۴-۳- مدیریت دانش در بخش دولتی

سه مفهوم دانش از ایده مؤثر بودن سرمایه‌گذاری در نظام‌های مدیریت دانش برای اجرای موفقیت‌آمیز برنامه‌های مهم دولتی مانند دولت الکترونیک، امنیت ملی، خصوصی‌سازی و ارائه مبتنی بر بازار خدمات دولتی، همکاری و مدیریت، حمایت می‌کند. این مفاهیم دانش عبارت‌اند از: (۱) دانشی که در اختیار کارکنان سازمان و افرادی از بیرون سازمان است سرمایه فکری یک سازمان را تشکیل می‌دهد؛ سرمایه فکری به اطلاعات ثبت‌شده و یادآوری شده، تجارب و استعداد انسانی اشاره دارد، (۲) مفاهیم مدیریت دانش سازمان‌های یادگیرنده و فرآیند بهترین نمونه‌ها اجزای اصلی دستور کار مدیریت ارشد می‌باشند. این دو مفهوم، زمان، هزینه‌ها و کیفیت سازمان را از طریق روندهای مدیریت دانش بهینه می‌سازند و (۳) شناسایی و مدیریت دانش پایه‌ای یک سازمان، بنیان تمامی فرآیندهای دولت الکترونیک را تشکیل می‌دهد (ای مکناب، ۱۳۹۰).

۱-۵- پیشینه پژوهش

زعیمی و همکاران (۱۳۸۳)، با بررسی ارتباط بین سبک‌های رهبری مدیران پرستاری و توانمندی پرسنل پرستاری پژوهشی انجام دادند و دریافتند که هوش هیجانی در مدیریت دانش پرسنل تأثیری ندارد. امینی در سال ۱۳۸۳ در پژوهشی با عنوان رهبری عاطفی دریافت که ارتباط بین ابعاد هوش هیجانی با مدیریت دانش دارای همستگی ضعیفی می‌باشد. انصاری رنای در سال ۱۳۸۴ پژوهشی با هدف تبیین رابطه هوش هیجانی با رهبری تحول‌آفرین در مدیران صنعت بیمه دریافت که رابطه معناداری بین خودآگاهی بر کار تیمی و جوامع یادگیرنده از شاخص‌های مدیریت دانش وجود دارد؛ اما از نظر نقش معکوس به ازای یک واحد تغییر در شاخص خودآگاهی بر مدیریت دانش اثر کاهشی دارد.

لطیفیان و سیف (۱۳۸۶)، در پژوهشی با هدف بررسی تأثیر خودآگاهی بر اختلالات روابط بین فردی دانشجویان دریافتند بعد خودآگاهی تنها شاخص مؤثر بر مدیریت دانش است، البته با اثر کاهشی، یعنی به ازای یک واحد تغییر در این شاخص بر مدیریت دانش اثر کاهشی دارد. مختاری پور و سیادت (۱۳۸۶)، پژوهشی با عنوان بررسی رابطه بین هوش هیجانی و بازدهی‌های رهبری مدیران گروه‌های آموزشی دانشگاه اصفهان انجام بر اساس مدل برنارد باس، دریافتند بین هوش هیجانی و بازدهی‌های رهبری رابطه معناداری وجود دارد و همستگی ضعیفی بین مولفه‌های هوش هیجانی و مدیریت دانش وجود دارد.

یعقوبی نور و همکاران (۱۳۸۸)، پژوهشی با هدف بررسی هوش عاطفی و سبک رهبری تحول‌آفرین در صنعت ریخته‌گری شهر قم دریافتند هوش عاطفی با سبک رهبری تحول‌آفرین رابطه معناداری دارد، با این تفاوت که به ازای یک واحد تغییر در شاخص خودآگاهی بر مدیریت دانش اثر کاهشی دارد.

مدیریت دانش سه عنصر کسب دانش، انتشار دانش و پاسخ‌گویی به دانش را در برمی‌گیرد (Darroch & Mcnaughton, 2003).

دیدگاه دیگری حاکی از آن است که فعالیت‌های مدیریت دانش تمامی مراحل لازم از خلق دانش تا بهره‌برداری از دانش را شامل می‌شود و با هشت فعالیت خلق، کسب، تسخیر و بیان، تجمیع، تسهیم، ادغام، به‌کارگیری و بهره‌برداری از دانش جدید سروکار دارد (Alavi & Leidner, 2001).

از نظر بهات، چرخه مدیریت دانش شامل فعالیت‌های کسب، ثبت، انتقال، خلق و کاربرد دانش در سازمان است. خلق دانش، در رابطه با ایجاد دانش جدید در سازمان است و بر ایجاد دانش رسمی تأکید می‌کند. کسب دانش به معنای کسب دانش جدید از شرکای خارجی است و در بسیاری از صنایع به‌عنوان یک الزام رقابتی قلمداد می‌شود. ثبت دانش در برگزیده مجموعه فعالیت‌هایی است که به‌منظور ثبت و مستندسازی دانش موجود در سازمان انجام می‌شود. برای مثال فعالیت‌هایی مانند استفاده از پایگاه داده برای ثبت دانش سازمانی یا مستندسازی تجربیات موفق و ناموفق در این مقوله جای می‌گیرد (Bhatt, 2001).

انتقال دانش به این معناست که دانش باید به شکل مفیدی برای تمامی افرادی که در هر زمانی و مکانی به آن نیاز دارند در دسترس باشد. فناوری‌های جدید مانند اینترنت و نظام‌های پشتیبانی از تصمیم‌گیری و جلسات بحث گروهی به انتقال دانش کمک می‌کنند (Bose, 2004). کاربرد دانش و بهره‌برداری از آن دربرگیرنده فعالیت‌های استفاده از قابلیت‌های سازمانی از طریق به‌کارگیری دانش در محصولات و خدمات قابل فروش و تولید مجدد آنها می‌باشد (Nielsen, 2006).

۱-۴-۲- مزایای مدیریت دانش

مزایای مدیریت دانش شامل استفاده مجدد از دانش موجود و اجتناب از تکرار هزینه‌ها برای حل مسائل تکراری است. مدیریت دانش دوره زمانی بیان مسئله تا شفاف‌سازی آن را کاهش می‌دهد، می‌تواند بازاریابی را تسریع کند و از طریق بازاریابی دقیق یا تشخیص نیازمندی‌های مشتری به سازمان کمک کند. همچنین سازمان می‌تواند از دانش ذخیره‌شده برای برطرف نمودن طیفی از مشکلات مانند تولید محصول جدید، برنامه‌ریزی تبلیغات، رسیدگی به شکایات مشتری و غیر آن، استفاده کند (سهرابی و دارمی، ۱۳۸۹).

مدیریت دانش همچنین موجب افزایش کارایی داخلی، هماهنگی خدمات مشتریان و سودآوری کلی می‌شود (Guptara, 2000). دانش سازمانی از طریق ارائه محیط بهبودیافته برای توسعه دانش جدید و استفاده از تجربه حل مسائل، ارزش‌آفرینی می‌کند.

مدیریت دانش به شفافیت در فرآیند یکپارچه‌سازی دانش سایر گروه‌ها نظیر کارکنان نیز کمک می‌کند (Curado & Ramos, 2010). مدیریت دانش، یکپارچه‌سازی دانش بین گروه‌های متفاوت یا بخش‌ها را تسهیل می‌کند. مدیریت دانش به تسهیل جریان دانش در سازمان کمک می‌کند و می‌تواند باعث یکپارچه‌سازی سریع‌تر و مؤثرتر دانش مرتبط با مشتری شود (Retna & Tee, 2011).

بیشتر شرکت‌های خصوصی به اهمیت دانش و مدیریت آن برای کسب مزیت رقابتی و بقا در صحنه رقابتی پی برده‌اند. تجربه نشان داده

تحصیلات فوق‌دیپلم، را تشکیل می‌دهند. تعداد کل کارکنان بر اساس آخرین اطلاعات موجود تا سال ۱۳۹۳ و گردآوری داده‌های آماری، ۱۹۶ نفر بوده است. پژوهشگر با مشورت با استاد راهنما و تعدادی از خبرگان اداره کل که قبلاً نیز فعالیت‌های پژوهشی مشابه در این اداره کل انجام داده بودند تعداد کل نمونه انتخابی را با احتمال ریزش ۱۰ درصدی و بر اساس فرمول کوکران ۱۴۵ نفر انتخاب شد. پس از پخش پرسشنامه‌ها بین نمونه‌های آماری همان‌طور که انتظار می‌رفت بخشی از پرسشنامه‌ها تکمیل نشد و نمونه نهایی به تعداد ۱۳۱ نفر تقلیل یافت. این تعداد، از مقدار برآورد اولیه فرمول کوکران بیشتر بود.

۲-۱- روش گردآوری داده‌ها

جهت اخذ داده‌ها از روش‌های کتابخانه‌ای نظیر اینترنت، کتب دانشگاهی مرتبط، مقالات و پایان‌نامه‌های مربوطه با تأکید بر مطالعات و یافته‌های پنج سال اخیر، استفاده شده است. در روش میدانی این پژوهش نیز از ابزار پرسشنامه به‌منظور جمع‌آوری داده‌ها بهره‌گیری شد. از این‌رو، سعی شد با بررسی پرسشنامه‌های متنوع، با تمرکز بر فرضیه‌های پژوهش بهترین و کارآترین پرسشنامه انتخاب شود. به این منظور از پرسشنامه تعدیل‌یافته هوش هیجانی شرینگ و مولفه‌های با طیف ۵ درجه‌ای لیکرت، استفاده شده است. به‌منظور بررسی متغیر وابسته پژوهش از پرسشنامه مدیریت دانش تعدیل‌شده مدل بهات (۲۰۰۱)^۴ که در پایان‌نامه مقطع کارشناسی ارشد حیدرزاده^۵ در سال ۱۳۹۱، به‌صورت مشترک استفاده و تأیید، و بر اساس مقیاس ۵ درجه‌ای لیکرت تهیه شده بود، استفاده گردید.

۲-۳- تجزیه و تحلیل داده‌ها

قبل از انجام آزمون‌های آماری باید از توزیع نرمال بودن داده‌ها جهت انتخاب روش آزمون مناسب، آگاهی یافت. برای نیل به این هدف از آزمون کلموگروف اسمیرنوف استفاده شد. جهت بررسی نرمال بودن متغیرهای تحقیق به این شرح عمل شد:

$$\begin{cases} H_0: \text{توزیع متغیرهای تحقیق نرمال است} \\ H_1: \text{توزیع متغیرهای تحقیق نرمال نیست} \end{cases}$$

جدول (۱): آزمون کلموگروف اسمیرنوف

متغیر	سطح معناداری	Z کلموگروف اسمیرنوف
خودانگیزگی	۰/۱۳۸	۱/۱۵۶
خودآگاهی	۰/۲۰۴	۱/۰۶۸
خودکنترلی	۰/۰۸۱	۱/۹۰۲
هوشیاری اجتماعی	۰/۰۸۴	۱/۲۶۰
مهارت اجتماعی	۰/۰۶۶	۱/۳۰۶
هوش هیجانی	۰/۱۵۹	۱/۱۲۶
مدیریت دانش	۰/۲۸۳	۰/۹۰۷

4. Bhatt, 2001.

۵. بررسی نقش سرمایه فکری در توسعه مدیریت دانش سازمان (مطالعه موردی: شرکت آب منطقه‌ای آذربایجان شرقی)، پایان‌نامه مقطع کارشناسی ارشد، رشته مدیریت صنعتی گرایش تولید عملیات، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز.

ناظم و لاجوردی (۱۳۹۰)، پژوهشی با هدف تبیین رابطه بین هوش هیجانی مدیران و مدیریت دانش در صنعت نفت دریافتند که بین هوش هیجانی و مدیریت دانش رابطه وجود ندارد. در حالی که بین خودآگاهی و مدیریت دانش ارتباط معناداری وجود دارد و بین هوش هیجانی و ابعاد مدیریت دانش همبستگی ضعیفی وجود دارد. ناظم و همکاران (۱۳۹۲)، در پژوهشی با هدف تبیین رابطه هوش هیجانی و مدیریت دانش در دانشگاه هنر دریافتند که بین هوش هیجانی مدیران و ابعاد آن و مدیریت دانش رابطه وجود دارد.

وینبرگر (۲۰۰۳)، پژوهشی در رابطه با سنجش ارتباط بین هوش هیجانی، سبک رهبری و حالات درک‌شده رهبری انجام داد. نتیجه آن مبتنی بر فقدان نشانه‌ای بر وجود ارتباط بین ترکیبات متنوع از سبک‌های رهبری و هوش هیجانی می‌باشد و اعلام می‌دارد که بین هوش هیجانی مدیران و مدیریت دانش همبستگی وجود ندارد. رنی (۲۰۰۶)، در پژوهشی مبنی بر ارتباط هوش هیجانی و حالات موثر رهبری دریافت که هیچ نشانه‌ای مبنی بر ارتباط بین هوش هیجانی و تاثیرات رهبری وجود ندارد، و بین ابعاد هوش هیجانی و مدیریت دانش همبستگی ضعیفی وجود دارد.

مه نگار و پیکاری فر (۲۰۱۳)، در پژوهشی با هدف تبیین رابطه مدیریت دانش و عملکرد پرسنل دانشگاه پیام نور منطقه ۳ دریافتند که بین مدیریت دانش به عنوان متغیر مستقل پژوهش و عملکرد کارکنان دانشگاه پیام نور منطقه ۳ رابطه معناداری وجود دارد. از بین متغیرهای مدیریت دانش به ترتیب فناوری اطلاعات، فرهنگ سازمانی، استراتژی، فرایندهای نظام‌مند بیشترین قابلیت را برای پیش‌بینی عملکرد کارکنان را دارند.

میرزاگلی و همکاران (۲۰۱۳)، در پژوهشی با هدف تبیین رابطه بین فرهنگ سازمانی و تحول دانش و نقش هوش هیجانی به عنوان یکی از ویژگی‌های مهم شخصیتی در سازمان تحقیقاتی دریافتند که تمام ابعاد انتقال دانش در وضعیت مناسبی با فرهنگ ادوکراسی دارد، و در این بین وضعیت متغیرهای جامعه‌پذیری و درونی‌سازی نسبت به سایر مولفه‌ها بهتر می‌باشد. همچنین برخی از مولفه‌های هوش هیجانی به‌طور قابل‌توجهی بر انتقال دانش شخصی تاثیر دارد. اکبر اصفهانی و همکاران (۲۰۱۳)، در پژوهشی با هدف تبیین رابطه مدیریت دانش و هوش هیجانی در بانک ملی قم دریافتند که رابطه معناداری بین مدیریت دانش و هوش هیجانی وجود دارد و مدیران با هوش هیجانی بالاتر می‌توانند در مدیریت دانش و اطلاعات سازمان و کارکنان نقش پررنگ‌تری را ایفا کنند.

۲-۲- روش شناسی پژوهش

این پژوهش به جهت ماهیت در دست‌بندی تحقیقات کاربردی، و از نظر هدف پژوهش در دست‌بندی تحقیقات توصیفی با مشخصه پژوهش پیمایشی و روش مقطعی، و مشخصه همبستگی و روش همبستگی دو متغیره و تحلیل رگرسیون قرار می‌گیرد. جامعه آماری پژوهش حاضر را تمامی کارکنان ستادی اداره کل بنادر و دریانوردی استان مازندران شاغل در بنادر نوشهر و فریدونکنار در بخش‌های عملیاتی و پشتیبانی، با حداقل

جدول (۳) نشان می‌دهد، سطح معناداری کوچک‌تر از ۰/۰۵ و مقدار آن برابر با صفر است. بنابراین فرض عدم رابطه همبستگی معنادار بین هوش هیجانی و مدیریت دانش رد شده و فرض وجود رابطه همبستگی معنادار بین هوش هیجانی و مدیریت دانش تأیید می‌شود. بنابراین در سطح خطای ۰/۰۱ و سطح اطمینان ۹۹٪ می‌توان گفت بین هوش هیجانی و مدیریت دانش رابطه معنادار وجود دارد.

جدول(۳): ضریب همبستگی پیرسون بین هوش هیجانی و مدیریت دانش

هوش هیجانی		مدیریت دانش	
ضریب همبستگی پیرسون	۰/۹۷۶**	۱	
سطح معناداری	۰/۰۰۰		
تعداد	۱۳۳	۱۳۳	
ضریب همبستگی پیرسون	۰/۹۷۶**		۱
سطح معناداری	۰/۰۰۰		
تعداد	۱۳۳	۱۳۳	

** همبستگی در سطح خطای ۰/۰۱ معنادار است

در ادامه جهت روشن شدن بیشتر رابطه بین متغیرها از روش رگرسیون چندگانه استفاده شد، چراکه همبستگی صرفاً بر وجود و یا عدم وجود روابط دلالت می‌کند. در این تحقیق از روش رگرسیون گام به گام نیز استفاده شد که دارای سه خروجی مهم همبستگی متغیرها، جدول آنالیز واریانس و جدول معناداری ضرایب رگرسیون می‌باشد که به این شرح تحلیل می‌شود:

جدول(۴): ضریب همبستگی داده‌ها در رگرسیون چند گانه

ضریب همبستگی R	ضریب تبیین R(squre)	ضریب تبیین تعدیل شده	انستباه معیار تخمین	دوربین واتسون
۰/۹۷۹	۰/۹۵۹	۰/۹۵۷	۰/۱۱۹۲۴	۲/۰۱۲

همان‌طور که در جدول (۴) مشاهده می‌شود، در تحلیل رگرسیون خطی ساده، بین ابعاد هوش هیجانی و مدیریت دانش ضریب همبستگی ۰/۹۷۹ می‌باشد و متغیرهای مستقل قادر به تبیین ۰/۹۵۹٪ تغییرات متغیر وابسته می‌باشند. با توجه به این که ضریب دوربین واتسون در بازه بین ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد و برابر با ۲/۰۱۲ است، بنابراین فرض استقلال خطاها پذیرفته می‌شود و امکان استفاده از مدل رگرسیون وجود دارد.

جدول(۵): تحلیل واریانس رگرسیون

مدل	مجموع مجذورات آزادی	درجه مجذورات میانیگین	F	سطح معناداری
رگرسیون خطی	۴۱/۷۹۷	۵	۵۸۷/۹۳۶	۰/۰۰۰
باقی مانده	۱/۸۰۶	۱۲۷		
جمع کل	۴۳/۶۰۳	۱۳۲		

در تحلیل واریانس فرض عدم وجود رابطه خطی بین متغیرها بررسی می‌شود. در اینجا با در نظر گرفتن رابطه خطی بین متغیرها (رابطه (۱)) و فرض‌های آماری به تحلیل جدول (۵) می‌پردازیم:

$$y = a + \beta x + \dots \quad (1)$$

$$\begin{cases} H_0: \beta = 0 \\ H_1: \beta \neq 0 \end{cases}$$

با توجه به جدول (۱) سطح معناداری تمامی داده‌ها بیش از ۰/۰۵ است، از این رو می‌توان گفت توزیع داده‌های به‌دست آمده از پرسشنامه نرمال است. به همین منظور برای آزمون فرضیه‌ها از آمار پارامتریک می‌توان استفاده کرد.

در این بخش به آزمون فرضیه‌های تحقیق پرداخته می‌شود که از آزمون همبستگی پیرسون در حالت دو طرفه طبق فرض‌های آماری زیر بررسی می‌شود:

$$\begin{cases} H_0: \rho = 0 \\ H_1: \rho \neq 0 \end{cases}$$

۳-۱- پرسش‌های فرعی

پرسش‌های فرعی در باره رابطه بین ابعاد مختلف هوش هیجانی از قبیل خودانگیزختگی، خودکنترلی، مهارت‌های اجتماعی و هوشیاری اجتماعی با مدیریت دانش می‌باشد. به عبارت دیگر پرسش‌های فرعی به این شرح است: آیا بین ابعاد مختلف هوش هیجانی و مدیریت دانش رابطه معناداری وجود دارد؟ جدول (۲) ضریب همبستگی پیرسون بین ابعاد مختلف هوش هیجانی و مدیریت دانش را نشان می‌دهد.

جدول(۲): ضریب همبستگی پیرسون بین ابعاد هوش هیجانی و مدیریت دانش

خود انگیزختگی	خودآگاهی خودکنترلی اجتماعی	مهارت‌های هوشیاری اجتماعی	ضریب همبستگی	مدیریت دانش	سطح معناداری
۰/۷۶۵**	۰/۸۴۰**	۰/۵۹۴**	۰/۸۶۲**	۰/۷۱۳**	۰/۰۰۰
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
					تعداد
					۱۳۳

** همبستگی در سطح خطای ۰/۰۱ معنادار است

به منظور تبیین رابطه همبستگی بین دو متغیر از دو فرض H_0 و H_1 استفاده می‌شود به طوری که H_0 فرض عدم وجود رابطه معنادار بین دو متغیر را بیان می‌کند و H_1 فرض مخالف مبنی بر وجود رابطه معنادار بین دو متغیر را نشان می‌دهد. همان‌طور که جدول (۲) نشان می‌دهد، با توجه به اینکه سطح معناداری هر یک از ابعاد هوش هیجانی کوچک‌تر از ۰/۰۵ و مقدار آن برابر با صفر است. بنابراین فرض عدم وجود رابطه همبستگی معنادار بین خود انگیزختگی و مدیریت دانش رد شده و رابطه همبستگی معنادار بین خود انگیزختگی و مدیریت دانش تأیید می‌شود و این همبستگی برابر با ۰/۷۶۵ می‌باشد. بنابراین در سطح خطای ۰/۰۱ و با سطح اطمینان ۹۹٪ می‌توان گفت بین ابعاد هوش هیجانی (خود انگیزختگی، خودآگاهی، هوشیاری اجتماعی، مهارت‌های اجتماعی و خودکنترلی) با مدیریت دانش رابطه معناداری وجود دارد. در این بین بیشترین همبستگی را مهارت‌های اجتماعی با ۰/۸۶۲ و کمترین را هوشیاری اجتماعی با ۰/۷۱۳ با مدیریت دانش دارد.

۳-۲- سؤال اصلی

آیا بین هوش هیجانی و مدیریت دانش کارکنان اداره کل بنادر و دریانوردی استان مازندران رابطه معناداری وجود دارد؟

توانایی درک احساسات دیگران و سعی در همدلی با آنان (خودکنترلی)، داشتن قوه ابتکار جهت ایجاد فضایی بهتر برای انجام امور محوله (خودانگیزگی)، ارزش و احترام قابل شدن برای دیگران و برای نظرات و احساساتشان (هوشیاری اجتماعی) و پرورش دیگران با نفوذ و ایجاد ارتباط موثر با آنان (مهارت های اجتماعی) بروز می‌یابد.

بنابراین می‌توان گفت که هوش هیجانی به نوبه خود نقش بسیار مهمی در بهبود عملکرد کارکنان دارد. با توجه به اینکه بنا به اطلاعات موجود هرم سنی اداره کل بنادر و دریانوردی استان مازندران تغییر یافته است و تا چند سال آینده بخش اعظمی از نیروهای فعال در آستانه بازنشستگی قرار می‌گیرند، استفاده حداکثری از تجارب و اطلاعات ارزشمندی که کارکنان در طول سالیان به دست آورده‌اند گنجینه ارزشمندی است که در صورت برنامه‌ریزی منسجم می‌تواند علاوه بر ایجاد شرایط لازم جهت توسعه و بهبود وضعیت موجود، مانع از اتلاف سرمایه‌های مادی و معنوی شود. در این پژوهش تلاش شد تا رابطه بین هوش هیجانی و امکان تاثیرگذاری آن بر مدیریت دانش کارکنان بررسی شود. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های آماری و مقایسه آن با یافته‌های سایر محققین به این شرح است: (۱) بین خودانگیزگی و مدیریت دانش رابطه معنادار وجود دارد. با توجه به سطح معناداری مدل رگرسیونی و ضریب استاندارد نشده آن مربوط به خودانگیزگی (۰/۱۸۹) این‌گونه استنتاج می‌شود که هرچه خودآگاهی کارکنان بیشتر باشد و سازمان شرایطی را فراهم آورد که تلاش کارکنان را برای بهبود اوضاع، تعهد و همسو بودن با اهداف نتیجه داشته باشد، امکان بهبود وضعیت مدیریت دانش وجود خواهد داشت، و هرچه خودانگیزگی افراد کمتر باشد، مدیریت دانش آنها با روند کندتری صورت خواهد پذیرفت، (۲) بین خودآگاهی کارکنان و مدیریت دانش رابطه معنادار وجود دارد. با توجه به سطح معناداری مدل رگرسیونی و ضریب استاندارد نشده آن مربوط به خودآگاهی (۰/۲۵۴)، این‌گونه استنتاج می‌شود که هرچه خودآگاهی کارکنان بیشتر باشد و افراد سازمان بتوانند نقاط قوت و ضعف خود را بهتر و بیشتر شناسایی کنند؛ امکان بهبود وضعیت مدیریت دانش وجود خواهد داشت و هرچه خودآگاهی افراد کمتر باشد، مدیریت دانش آنها با روند کندتری صورت خواهد پذیرفت، (۳) بین خودکنترلی و مدیریت دانش کارکنان رابطه معنادار وجود دارد. با توجه به سطح معناداری مدل رگرسیونی و ضریب استاندارد نشده آن مربوط به خودکنترلی (۰/۱۳۶) این‌گونه استنتاج می‌شود که هرچه خودکنترلی کارکنان بیشتر باشد و افراد سازمان بتوانند احساسات دیگران را در برخورد با خود یا در محیط کار بهتر و بیشتر درک کنند امکان بهبود وضعیت مدیریت دانش وجود خواهد داشت و هرچه خودکنترلی افراد کمتر باشد، مدیریت دانش آنها با روند کندتری صورت خواهد پذیرفت، (۴) بین هوشیاری اجتماعی و مدیریت دانش کارکنان رابطه معنادار وجود دارد. با توجه به سطح معناداری مدل رگرسیونی و ضریب استاندارد نشده آن مربوط به هوشیاری اجتماعی (۰/۱۷۹)، این‌گونه استنتاج می‌شود که هرچه هوشیاری اجتماعی کارکنان بیشتر باشد و افراد سازمان بتوانند بیشتر احساسات همکاران خود را در محیط‌های غیرکاری و شخصی درک کنند و برای نظرات و احساسات آنها ارزش قائل شوند، امکان بهبود وضعیت مدیریت دانش وجود خواهد داشت و هرچه هوشیاری اجتماعی افراد کمتر باشد، مدیریت دانش آنها با روند کندتری صورت خواهد پذیرفت، (۵) بین

همان‌طور که در جدول (۵) مشاهده می‌شود، مقدار سطح معناداری کوچک‌تر از ۰/۰۵ و برابر با صفر است بر این اساس فرض برابری β با عدد صفر رد می‌شود. بنابراین تحلیل واریانس، اعتبار مدل رگرسیون خطی را تأیید می‌کند. خروجی نهایی رگرسیون طبق جدول (۶) ضرایب استاندارد شده و غیر استاندارد شده رگرسیون را برای تأثیر هوش هیجانی بر مدیریت دانش نشان می‌دهد.

جدول (۶): ضریب استاندارد و استاندارد نشده رگرسیون

مدل	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده		سطح معناداری
	B	خطای استاندارد	بتا	t	
عدد ثابت	۰/۱۵۶	۰/۰۸۸		۱/۷۷۲	۰/۰۰۹
خودانگیزگی	۰/۱۸۹	۰/۰۱۹	۰/۲۳۹	۹/۸۶۰	۰/۰۰۰
خودآگاهی	۰/۲۵۴	۰/۰۱۶	۰/۳۸۹	۱۵/۸۵۲	۰/۰۰۰
خودکنترلی	۰/۱۳۶	۰/۰۲۸	۰/۱۰۶	۴/۷۵۹	۰/۰۰۳
هوشیاری اجتماعی	۰/۱۷۹	۰/۱۸۵	۰/۴۱۶	۹/۱۲۷	۰/۰۰۰
مهارت اجتماعی	۰/۱۹۴	۰/۹۲۵	۰/۲۴۸	۶/۰۵۶	۰/۰۰۰

با توجه به آنچه در جدول (۶) مشاهده می‌شود دو گونه ضرایب استاندارد و استاندارد نشده آورده شده است. با توجه به سطح معناداری عدد ثابت به عنوان عرض از مبدأ و متغیرهای مستقل که کوچک‌تر از ۰/۰۵ است و برابر با ۰/۰۰۹ است، می‌توان گفت که هوش هیجانی توان پیش‌گویی مدیریت دانش را دارد و تمامی متغیرهای مستقل و عدد ثابت را می‌توان در معادله رگرسیون وارد کرد. معادله رگرسیون رابطه بین ابعاد هوش هیجانی و مدیریت دانش به این صورت می‌باشد:

X_1 = خود انگیختگی

X_2 = خود آگاهی

X_3 = خود کنترلی

X_4 = هوشیاری اجتماعی

X_5 = مهارت اجتماعی

Y = مدیریت دانش

$$Y = 0.156 + 0.189 X_1 + 0.254 X_2 + 0.136 X_3 + 0.179 X_4 + 0.194 X_5$$

۴- نتیجه گیری

اطلاعات جمعیت‌شناختی نمونه آماری بررسی شده که شامل کلیه کارکنان ستادی اداره کل بنادر و دریانوردی استان مازندران با حداقل تحصیلات فوق دیپلم و شاغل در بنادر نوشهر و فریدونکنار می‌باشد، به این صورت است که ۹۰/۸٪ پاسخ‌دهندگان مرد و ۹/۲۰٪ آنان زن، حدود ۸۴٪ متأهل و ۱۶٪ مجرد، فوق دیپلم حدود ۱۳/۹٪، فوق لیسانس ۲۶/۲۰٪ و لیسانس ۵۹/۸٪ می‌باشند.

همان‌طور که قبلاً به صورت مبسوط گفته شد هوش هیجانی به عنوان یک رفتار اثربخش از سوی کارکنان جهت آگاهی از احساسات و عواطف خود و دیگران، به منظور کنترل و توانایی همدردی با همدیگر جهت دستیابی به انرژی و ارتباط موثرتر در کار نقش اساسی دارد. این توانایی در قابلیت درک احساسات، نقاط ضعف و قوت خود (خودآگاهی)،

- انتشارات مشهد، مردنیز و زاهدان، دانشگاه سیستان و بلوچستان، معاونت پژوهشی، چاپ اول.
۲. باقری، روح‌الله. (۱۳۸۹). جایگاه هوش سازمانی در مدیریت دانش، همایش ملی هوش سازمانی.
 ۳. حیدرزاده، ناهید. (۱۳۹۱). بررسی نقش سرمایه فکری در توسعه مدیریت دانش سازمان (مطالعه موردی: شرکت آب منطقه‌ای آذربایجان شرقی)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت صنعتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز.
 ۴. حیدری تفرشی، غلامحسین. (۱۳۸۶). مبانی سازمان و مدیریت، تهران، انتشارات نویسنده.
 ۵. سهرابی، بابک و دارمی، هادی. (۱۳۸۹). مدیریت دانش (با رویکرد MBA)، انتشارات سمت، چاپ اول.
 ۶. صلواتی، عادل؛ کفچه، پرویز و صالح پور، کیوان. (۱۳۹۰). بررسی اثرات مدیریت دانش بر مدیریت ارتباط با مشتری در بانک رفاه (مطالعه موردی: استان کردستان)، فراسوی مدیریت، شماره ۱۶، صفحات ۵۹-۷۸.
 ۷. اقایار، سیروس و شریفی درآمدی، پرویز. (۱۳۸۶). هوش هیجانی و بهبود رابطه خود با دیگران، انتشارات سپاهان، چاپ اول.
 ۸. سبحانی نژاد، مهدی و یوزباشی، علی رضا. (۱۳۸۷). هوش هیجانی و مدیریت در سازمان، انتشارات یسطرون، چاپ اول.
 ۹. فیضی، طاهره و عابدینی، سعید. (۱۳۸۹). بررسی رابطه هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی (مطالعه موردی)، پژوهش‌نامه اقتصاد و کسب و کار، سال اول، شماره ۱.
 ۱۰. گلنم، دانیل. (۱۳۸۵). هوش هیجانی و رهبری سازمانی، ترجمه ابراهیمی، بهمن. انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، چاپ اول.
 ۱۱. مختاری پور، مرضیه و سیادت، سیدعلی. (۱۳۸۶). مدیریت و رهبری با هوش هیجانی، ماهنامه تدبیر، سال شانزدهم، شماره ۱۶۵.
 ۱۲. قلیچلی، بهروز. (۱۳۸۹). تعالی منابع انسانی ارزیابی، برنامه‌ریزی و بهبود، انتشارات سرآمد.
 ۱۳. کوشکی جهرمی، علی‌رضا و بودلایی، حسن. (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین عوامل سازمانی مدیریت دانش با کارآفرینی سازمانی، اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و نوآوری، شیراز.
 ۱۴. گلچین‌پور، مونا. (۱۳۸۶). بررسی دلایل شکست مدیریت دانش در سازمان‌ها، فصلنامه تخصصی پارک‌ها و مراکز رشد، شماره ۱۱، صفحات ۳۷-۴۰.
 ۱۵. نوروزیان، میثم. (۱۳۸۴). کاربرد مدیریت دانش در بخش دولتی، برگرفته از آدرس اینترنتی: <http://Athir.Blogfa.Com/Post-571.aspx>.
 16. Alavi. M & Leidner, D.E. (2001) Review Knowledge Management & Knowledge Management Systems: Conceptual Foundations & Research Issues, *Mis Quarterly*: Vol. 25, No. 1, PP: 107-136.
 17. Alavi. M & Tiwana. A. (2002). Knowledge Integration in Virtual Teams: The Potential Role of KMS. *Journal of The American Society For Information Science & Technology*, Vol. 53, PP: 1029-1037.
 18. Bhatt, G.D. (2001). Knowledge Management In Organizations: Examining The Interaction Between Technologies, Techniques & People, *Journal Of Knowledge Management*: Vol. 5, No. 1, PP: 68-75.
 19. Bose, R. (2004). Knowledge Management Metrics, *Industrial Management & Data Systems*: Vol. 104, No. 6, PP: 457-468.
 20. Curado, M. And Ramos, I. (2010). Knowledge Management in Organizations: A New Proposal, *European Conference on Knowledge*.
 21. Darroch, J. & Mcnaughton, R. (2003) Beyond Market Orientation Knowledge Management & The Innovativeness Of New Zealand Firms, *European Journal Of Marketing*: Vol 37, No 3/4: Pp.572-593.

مهارت‌های اجتماعی کارکنان و مدیریت دانش رابطه معنادار وجود دارد. با توجه به سطح معناداری مدل رگرسیونی و ضریب استاندارد نشده آن مربوط به مهارت‌های اجتماعی (۰/۱۹۴)، این گونه استنتاج می‌شود که هرچه مهارت‌های اجتماعی کارکنان بیشتر باشد و افراد سازمان بتوانند ارتباط خود با دیگران را بهتر و بیشتر مدیریت کنند و از این ارتباط در راستای اهداف سازمانی بهره ببرند، امکان بهبود وضعیت مدیریت دانش وجود خواهد داشت و هرچه مهارت‌های اجتماعی افراد کمتر باشد، مدیریت دانش آنها با روند کندتری صورت خواهد پذیرفت و (۶) بین هوش هیجانی و مدیریت دانش رابطه معنادار وجود دارد. با توجه به یافته‌های این پژوهش می‌توان این‌گونه گفت که اگر سازمان شرایطی را فراهم آورد تا بتواند هریک از مولفه‌های هوش هیجانی را ارتقا دهد می‌تواند دانش کارکنان را بهتر و موثرتر مدیریت کند. براساس نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های آماری این پژوهش خودآگاهی بیشترین تاثیر را بر مدیریت دانش کارکنان دارد، این امر نشان می‌دهد که سازمان جهت نیل به اهداف خود در زمینه مدیریت دانش و استفاده بهینه از داشته‌های علمی و تجربه‌های عملی کارکنان می‌تواند با ایجاد ظرفیت‌ها و بسترهای مناسب، به کارکنان کمک کند تا نقاط قوت و ضعف خویش را بیشتر و بهتر بشناسند و بر پایه آگاهی‌های به‌دست‌آمده گام‌های مؤثرتر و موفق‌تری بردارند.

پیشنهادات:

با توجه به نتایج این پژوهش موارد زیر پیشنهاد می‌شود: (۱) ایجاد فضایی به دور از استرس برای کارکنان و تلاش برای حل مسائل و مشکلات کارکنان، (۲) بهبود ارتباط مؤثر و مثبت کارکنان با یکدیگر و ارتباط متقابل مدیران سازمانی با کارکنان، (۳) ایجاد کارگروه‌ها در سازمان جهت ارزیابی خطرات، تهدیدات و فرصت‌های پیش‌روی افزایش مهارت‌های اجتماعی کارکنان، (۴) بهبود تصمیم‌گیری، ایجاد گروه‌های کاری برای مشارکت و فعالیت در روند انجام وظایف، (۵) تقویت روحیه کارکنان از طریق حمایت‌های مالی و معنوی برای بروز ابتکارها و خلاقیت‌ها، (۶) برگزاری منظم نشست‌های صمیمانه به منظور تبادل نظر و ابراز احساسات کارکنان جدای از فضای اداری و محدودیت‌های مربوطه، (۷) ارزیابی دقیق کارکنان در برنامه آموزشی برای مشخص ساختن توانایی‌های پایه و نیازهای فردی آنان، (۸) برقراری ارتباط و پیوند بین آموخته‌ها و تجارب دنیای واقعی کارکنان، (۹) استفاده از موقعیت‌های گروهی برای ایفای نقش در انجام مهم‌ترین رفتارهای اجتماعی و (۱۰) بررسی کارشناسی نیازهای اختصاصی هر فرد و اطلاع‌رسانی به افراد به طور خصوصی و محرمانه.

پیشنهاد برای تحقیقات آینده:

موارد زیر برای پژوهش در آینده پیشنهاد می‌شود: (۱) تبیین رابطه هوش هیجانی و قابلیت یادگیری کارکنان، (۲) تبیین رابطه هوش هیجانی و مدیریت دانش با میانجی‌گری تعهدسازمانی و رضایت شغلی، (۳) تبیین رابطه مدیریت دانش و مدیریت مشارکتی کارکنان با میانجی‌گری هوش هیجانی و (۴) تبیین رابطه مدیریت دانش و رفتار شهروندی و اعتماد سازمانی کارکنان.

مراجع

۱. ای مکناب، دیوید. (۱۳۹۰). مدیریت دانش در بخش دولتی راهنمای نوآوری در دولت، ترجمه: یعقوبی، نورمحمد؛ کاظمی، محمد؛ جمالی پاقعه، مرتضی.

24. Lai, M.F. & Lee, G.G. (2007). Relationships of Organizational Culture toward Knowledge Activities, Business Process Management Journal, Vol. 13 Iss: 2, PP: 306– 322.
25. Mirza, W.A & Ali, B. (2011). The Dilemma of Knowledge Management, Innovation & Entrepreneurship in SME's: An Empirical Study. Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business, Vol. 3, No. 2, PP: 1112-1128.
22. Gupta, P. (2000). Why Knowledge Management Fails How To Avoid The Common Pitfalls. Melcum Publishing Ltd. Available At: [Www.Melcum.Com](http://www.Melcum.Com).
23. Karkoulian, S & Et Al. (2008), Knowledge Management Formal & Informal Mentoring; an Empirical Investigation In Lebanese Banks, The Learning Organization, Vol. 15 Iss: 5, Pp.409 – 420.