

بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و مدیریت دانش

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۵/۲۳

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۰۸/۰۶

ندا نغری^۱، علی مهدیلوی تازه‌کندی^۲، حافظ ملایعاسی^۳

از صفحه ۱۵۷ تا ۱۸۰

چکیده

هدف: تحقیق حاضر، به بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و مدیریت دانش در اداره‌های مرکزی بانک پارسیان می‌پردازد.

روش‌شناسی: برای این منظور، پس از بررسی مبانی نظری تحقیق و مطالعه الگوهای موجود، برای بررسی ابعاد فرهنگ سازمانی، از الگوی «دانیل دنیسون» و برای بررسی ابعاد مدیریت دانش، از الگوی پایه‌های ساختمان دانش «پرابست» و همکاران استفاده شده است. ابزار اصلی مورد استفاده در این تحقیق، پرسشنامه بوده است. حجم نمونه آماری مورد نظر، با استفاده از جدول «کرجسی و مورگان» تعداد ۲۷۰ نفر تعیین شد.

یافته‌ها و نتیجه‌گیری: نتایج به دست آمده؛ حاکی از تأیید کلیه فرضیه‌های تحقیق و وجود رابطه معنادار، بین فرهنگ سازمانی و مدیریت دانش در این سازمان است. با توجه به داده‌های به دست آمده از بانک پارسیان؛ مشخص شد که فرهنگ سازمانی، عاملی مهم برای موفقیت سازمان‌ها است. همچنین تغییر فرهنگ یکی از مهم‌ترین جنبه‌های هر نظام مدیریت دانشی است. در نتیجه، این پژوهش نشان می‌دهد که بین دو متغیر فرهنگ سازمانی و مدیریت دانش، رابطه تنگاتنگ و نزدیکی برقرار است. نقش فرهنگ سازمانی به‌عنوان پایه‌ای اساسی در شاکله‌ی هر سازمان در شکل‌گیری چارچوب‌های ساختار سازمانی انکارناپذیر است و عاملی مؤثر در استقرار مدیریت دانش است.

کلیدواژه‌ها

مدیریت دانش، فرهنگ سازمانی، تعهد به مشارکت، انطباق‌پذیری، رسالت سازمانی، سازگاری سازمانی.

۱. استادیار دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال، ایران (نویسنده مسئول)، nedanafari@yahoo.com

۲. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه شهید بهشتی، Abmahdilo2006@gmail.com

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی دانشگاه علامه طباطبائی، Hafez_88m@yahoo.com

مقدمه

امروزه دانش، کلید اصلی رقابت‌پذیری سازمان‌ها به شمار می‌رود. سازمان‌های جدید، مبتنی بر دانش هستند و این بدان معنی است که آن‌ها باید به گونه‌ای طراحی شوند که بتوانند دانش سازمانی خود را شناخته؛ آن را احصا و ذخیره و در موقع لزوم، از آن بهره‌برداری کنند؛ همچنین نیازهای دانشی خود را شناخته و از اطلاعات و دانش جدید، به نحو احسن استفاده کنند (اخوان و باقری، ۱۳۸۹: ۱۵).

امروزه، در گذر از عصر مزیت رقابتی مبتنی بر اطلاعات، به عصر مزیت رقابتی مبتنی بر خلق دانش هستیم (لانگ^۱، ۲۰۰۱: ۴۳). در واقع عصر امروز، عصر دانش است؛ دنیایی که دانش در آن، کالایی اساسی است و جریان دانش به مهم‌ترین عامل در اقتصاد مبدل شده است (سیواسه و سواری^۲، ۲۰۰۳: ۲۴)؛ بدین معنا که ارزش افزوده در نظام کسب و کار امروزی، مرهون دانش است نه کالا (لانگ، ۲۰۰۱: ۴۳).

مدیریت دانش، تلاش نوین قرن موسوم به عصر دانایی، برای حفظ، هدایت و افزایش هدفمند سرمایه‌های دانشی سازمان‌ها است و به این اشاره دارد که سرمایه‌گذاری در علم بهترین و بیشترین سود را به بار می‌آورد (ذوالفقاری، به نقل از دانش فرد و شهبابی نیا، ۱۳۸۹: ۲). سوویی معتقد است که دانش را نمی‌توان مدیریت کرد، بلکه محیطی که در آن خلق و تسهیم می‌شود را باید مدیریت کرد (سوویی^۳، ۲۰۰۰).

مدیریت سازمان‌ها باید با تکیه بر دانایی، امکان اتخاذ تصمیمات معقول‌تر در موضوعات مهم و بهبود عملکردهای مبتنی بر دانش را پیدا کنند؛ از این رو مدیریت دانایی، مقوله‌ای مهم‌تر از خود دانایی محسوب می‌شود و در سازمان‌ها به دنبال آن است تا چگونگی تبدیل اطلاعات و دانسته‌های فردی و سازمانی را به دانش و مهارت‌های فردی و گروهی، تبیین و روشن سازد (پرابست و همکاران^۴، ۲۰۰۰: ۳۳). درک نقش و جایگاه واقعی سازمان‌ها، به یافتن پاسخی برای این سؤال که «چرا

1. lang

2. Suuasse And Sewary

3. Sveiby

4. Probst

برخی سازمان‌ها همواره موفق هستند»، کمک می‌کند. البته درک این مسئله که چه عواملی زمینه‌ساز تداوم و امکان بقایی پرنشاط را برای سازمان‌ها به وجود می‌آورد؛ به‌طور نزدیکی با آشنایی مفهوم دانش و نحوه کاربرد و استفاده از آن در سازمان‌ها، در ارتباط است (داونپورت و دیگران^۱، ۱۳۷۹: ۱۳)؛ اما این به تنهایی کافی نیست؛ چراکه موفقیت سازمان در اجرای هر راهبرد از جمله مدیریت دانش تا حدود زیادی به حمایت و پشتیبانی فرهنگ‌سازمانی از راهبرد سازمان بستگی دارد. تلاش سازمان‌ها برای تبدیل شدن به سازمان دانش‌محور، در صورتی موفقیت‌آمیز خواهد بود که ویژگی‌های فرهنگی مورد نیاز برای اجرای مدیریت دانش در سازمان وجود داشته باشد. دانش در صورتی می‌تواند به‌طور مؤثر در سازمان خلق و تسهیم شود که مورد حمایت فرهنگ سازمان قرار گیرد (وانگ^۲، ۲۰۰۳). در واقع با بررسی، تغییر و ایجاد یک فرهنگ‌سازمانی مناسب و انعطاف‌پذیر است که می‌توان به تدریج الگوی تعامل بین افراد را در سازمان تغییر داد و از مدیریت دانایی به‌عنوان یک مزیت رقابتی بهره‌گرفت (نوناکا^۳، ۱۹۹۵: ۱۸). با توجه به اهمیت موضوع، پژوهش حاضر به بررسی رابطه فرهنگ‌سازمانی موجود و تأثیر آن بر مدیریت دانش در اداره‌های مرکزی بانک پارسیان پرداخته است.

بیان مسئله: در سال‌های اخیر، سازمان‌ها و شرکت‌های مختلف، پیوستن به روند دانش را آغاز کرده‌اند و ظهور مفاهیم جدیدی چون کنار دانشی، مدیریت دانش و سازمان‌های دانشی؛ خبر از شدت یافتن این روند می‌دهند. پیتز دراگر، با به‌کارگیری این واژگان، خبر از ایجاد نوع جدیدی از سازمان‌ها می‌دهد که در آن‌ها به جای قدرت بازو، قدرت ذهن حاکمیت دارد. بر اساس این نظریه، در آینده جوامعی می‌توانند انتظار توسعه و پیشرفت داشته باشند که از دانش بیشتری برخوردار باشند؛ به این ترتیب، برخورداری از منابع طبیعی نمی‌تواند به اندازه دانش مهم باشد. سازمان دانشی، به توانمندی‌هایی دست می‌یابد که قادر است؛ از نیروی اندک قدرتی عظیم

1. Davenport
2. Wang
3. Nonaka

بسازد (ابطحی و صلواتی، ۱۳۸۵: ۳). اینکه چه عاملی موجب موفقیت استقرار مدیریت دانش در سازمان‌ها می‌شود؛ پرسش مهمی است که پژوهشگران مدیریت را به خود مشغول داشته است. آن‌ها به مطالعه مواردی از قبیل ساختار سازمانی، فناوری اطلاعات، ارتباطات سازمانی با محیط خارجی پرداخته‌اند؛ اما عامل مهمی که در بعضی از تحقیقات به آن پرداخته شده است، فرهنگ سازمانی است؛ به این دلیل که فرهنگ سازمانی بر تمام جنبه‌های سازمانی تأثیر گذاشته است؛ بر اساس اعتقادات و ارزش‌های مشترک، به سازمان‌ها قدرت می‌بخشد و بر نگرش، رفتارها، انگیزه‌ها، رضایت شغلی، سطح تعهد نیروی انسانی، طراحی ساختار و نظام‌های سازمانی، هدف‌گذاری، تدوین و اجرای خط‌مشی‌ها، راهبردها و... تأثیر می‌گذارد؛ بنابراین تنها با بررسی، تغییر و ایجاد یک فرهنگ سازمانی مناسب و انعطاف‌پذیر است که می‌توان به تدریج الگوی تعامل بین افراد را در سازمان تغییر داد و از مدیریت دانایی به‌عنوان یک مزیت رقابتی بهره‌گرفت (بات^۱، ۲۰۰۱). طبق تحقیقات انجام شده توسط وان کرو، یکی از موانع عمده استقرار دانش در سازمان‌ها، فرهنگ سازمانی است (ابطحی و صلواتی، ۱۳۸۵: ۷۰) و بحث تغییر فرهنگ، یکی از مهم‌ترین جنبه‌های هر نظام مدیریت دانش به‌شمار می‌رود (سوری، ۱۳۸۶: ۸۶). چاس نیز در تحقیقی به این نتیجه رسید که بزرگ‌ترین مانع در خلق سازمان‌های دانش‌محور، در فرهنگ سازمانی آن نهفته است (چاس^۲، ۱۹۹۷: ۶۰). آمارها حاکی از آن هستند که ۵۰ درصد از مشکلات پیاده‌سازی مدیریت دانش، مربوط به مؤلفه فرهنگ و نیروی انسانی بوده و مشکلات مرتبط با حوزه ساختاری و فناوریانه هر کدام تنها ۲۵ درصد نقش دارند (جلالی، افزاره و نظافتی، ۱۳۸۶)؛ از طرفی، می‌توان اذعان داشت که ایجاد بستر مناسب برای کسب و تسهیم دانش در سازمان‌های امروزی، به‌عنوان یکی از هدف‌های اصلی در اولویت سازمان‌ها قرار دارد. سازمان‌ها به ویژه در کشورهای توسعه نیافته و در حال توسعه، باید زمینه را به‌گونه‌ای فراهم آورند که تجارب، توانایی‌ها و ظرفیت‌های خود را در جهت اعتلای اهداف سازمانی بکار گیرند؛ این امر تحقق

1. Bhatt
2. Chase

نخواهد یافت، مگر اینکه اصول و قواعد مرتبط با فرهنگ‌سازمانی و بسترهای لازم برای پیاده‌سازی و استقرار مدیریت دانش را فراهم کنند؛ بنابراین یکی از مشکلات اصلی سازمان‌ها در دنیای متحول و به شدت متغیر امروزی، شناسایی عواملی است که می‌تواند در استقرار و موفقیت مدیریت دانش تأثیر بگذارد. از طرفی سازمان‌های امروزی، نیاز به انعطاف‌پذیری برای موفقیت و مواجهه با رقبا دارند که در این راستا؛ فرهنگ‌سازمانی مطلوب و به دنبال آن مدیریت دانش؛ ضمن ایجاد منافع هم‌چون بهره‌وری بالاتر، بهبود کیفیت زندگی کاری^۱، بهبود عملکرد و مسائلی از این دست؛ می‌تواند در جهت ایجاد منافع فردی و سازمانی نقش مهمی ایفا کند.

با توجه به خیل عظیم مشتریان بانک‌ها^۲ و مراودات رودررو و مراجعه مکرر مشتریان^۳ و...؛ به نظر می‌رسد که استقرار مدیریت دانش، می‌تواند در جلب^۴ و جذب^۵ وفاداری^۶ مشتریان و در نهایت حفظ و سودآوری سازمان‌ها و به ویژه بانک‌ها تأثیر بسیار زیادی داشته باشد.

با توجه به مفاهیم ارائه شده، همواره این سؤال مطرح است که «آیا یک سازمان مالی بزرگی چون بانک پارسیان (به‌عنوان بزرگ‌ترین بانک خصوصی کشور)، رفتارهای خاصی را از سوی کارکنان می‌طلبد؟»؛ بر این اساس پژوهشگر، به جهت حساسیت و تأثیرگذاری بالای چنین وظایفی، بر آن شد تا با بررسی فرهنگ‌سازمانی و ارتباط آن با مدیریت دانش، در سطح اداره‌های مرکزی بانک پارسیان (کارکنان واحدهای ستادی) - به‌عنوان پشتیبان و یاری‌رسان کارکنان شعب در سطح کل بانک - به بررسی این مسئله پرداخته و به دنبال عواملی باشد که در ایجاد فرهنگ‌سازمانی مطلوب و استقرار مدیریت دانش تأثیر مثبت مستقیم دارد.

مبانی نظری تحقیق: الف) فرهنگ‌سازمانی:^۷ از دهه ۱۹۸۰ که ناآرامی در محیط بیرونی افزایش یافته است و ارزش‌ها و نگرش‌های جدیدتری مورد نیاز است؛ مفهوم

-
1. Quality of Work Life
 2. Banks
 3. Customers
 4. Attention
 5. Attract
 6. loyalty
 7. Organizational Culture

فرهنگ، برای مدیران اهمیت فزاینده‌ای یافته است (دفت^۱، ۱۳۸۷: ۱۱۸). نقش و اهمیت فرهنگ سازمانی، ابتدا در قالب کلی تری تحت عنوان «اثربخشی سازمانی»، توسط نویسندگان و پژوهشگرانی نظیر پیترز و واترمن (۱۹۸۲)، دلیل و کندی (۱۹۸۲) بیان شد؛ سپس کاتر و هسکت (۱۹۹۲)، با تأکید بر اهمیت تناسب بین سازمان و محیط پیرامون آن و ضرورت انطباق‌پذیری سازمان؛ این مفهوم را توسعه دادند (رعنایی کردشولی، ۱۳۸۶: ۷۰). در خصوص نحوه مطالعه و شناخت فرهنگ سازمانی، بین پژوهشگران توافق اندکی وجود دارد. این عدم اجماع، در مبحث مربوط به استفاده از پژوهش‌های کیفی در مقابل پژوهش‌های کمی، به خوبی قابل مشاهده است. برخی از پژوهشگران معتقدند که در مطالعات فرهنگی، روش‌های کمی بسیار تصنعی، ساده‌انگارانه و کم ارزش هستند (اوجی و ویلکینز^۲، ۱۹۸۵) و نمی‌توانند مفروضه‌ها و ارزش‌های اساسی حاکم بر یک سازمان را مشخص کنند (شاین^۳، ۱۹۸۵). با وجود تحقیقات قابل توجه در زمینه فرهنگ سازمانی- همانند فرهنگ- تاکنون تعریفی خاص و مورد پذیرش عام، از آن به عمل نیامده است؛ با این وجود، تعاریف متعددی از آن تاکنون ارائه شده است؛ برای مثال، فرهنگ سازمانی به‌عنوان «ارزش‌های غالب که به‌وسیله یک سازمان حمایت می‌شود»؛ «فلسفه‌ای که خط‌مشی سازمان را به سمت کارکنان و مشتریان هدایت می‌کند»؛ «ارزش‌هایی که به کمک آن‌ها، کارها و امور روزمره سازمان انجام می‌پذیرد» و «پیش‌فرض‌ها و باورهای بنیادی که بین اعضای سازمان مشترک هستند»، توصیف شده است. در واقع زمینه اصلی در فرهنگ سازمانی؛ وجود سیستمی از معانی و مفاهیم مشترک در میان اعضای سازمان است. در هر سازمان، الگوهایی از باورها، سمبل‌ها، شعائر، داستان‌ها و آداب و رسوم، وجود دارد که به مرور زمان به وجود آمده‌اند. این الگوها، باعث می‌شوند که در خصوص اینکه سازمان چیست و چگونه اعضای آن باید رفتار خود را ابراز کنند؛ درک مشترک و یکسانی به وجود آید (رابینز^۴، ۱۳۸۸: ۳۸۱). بیشتر نویسندگان و

1. Daft
2. Ouchi, W. & Wilkins
3. Schein
4. Robbins

صاحب‌نظران، از دیدگاه‌های متفاوت به فرهنگ‌سازمانی نگریسته‌اند؛ به طوری که ادگار شاین، همپتون و ترنز، بر ابعاد فرهنگ‌سازمانی و عده‌ای چون گریوز، والتر، دابستون، به عملکردهای فرهنگ توجه کرده و افرادی چون باور، گاترالز، به تعاریف مختصری از آن بسنده کرده‌اند. در این میان نیز برخی از مهم‌ترین الگوهای نظری ارائه شده در زمینه شناخت و تبیین فرهنگ‌سازمانی، می‌توان به الگوهای لیت وین و استرینگر، کرت لوین، ویلیام اوشی، پیترز و واترمن، پارسونز، رابینز، هافستد، دیویس و الگوی دانیل دنیسون و... اشاره کرد (حسینیان و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۶۱-۱۵۸). دانیل دنیسون^۱ در الگوی فرهنگ‌سازمانی خود (الگوی مورد استفاده تحقیق)، ویژگی‌های فرهنگی را بدین گونه برشمرده‌اند:

۱- **تعهد به مشارکت (درگیر شدن در کار):** درگیری زیاد در کار، به معنای درگیر شدن ذهنی با کار است که بر اساس آن، فرد با جان و دل در شغل خود کار می‌کند و هر آنچه که در توان دارد در این راه به کار می‌گیرد. این مشخصه، با سه شاخص توانمندسازی، تیم‌سازی و توسعه قابلیت‌ها اندازه‌گیری می‌شود.

۲- **سازگاری:** سازمان‌هایی که اغلب اثربخش هستند؛ باثبات و یکپارچه بوده و رفتار کارکنان از ارزش‌های بنیادین نشئت گرفته است. رهبران و پیروان در رسیدن به توافق، مهارت یافته‌اند و فعالیت‌های سازمانی به خوبی هماهنگ و پیوسته شده است. سازمان‌های دارای چنین ویژگی‌هایی، دارای فرهنگ قوی و متمایز هستند و به طور کلی بر رفتار کارکنان نفوذ دارند. در این الگو، این مشخصه با سه شاخص ارزش‌های بنیادین، توافق، هماهنگی و پیوستگی بررسی می‌شود.

۳- **انطباق‌پذیری:** یکپارچگی درونی و انطباق‌پذیری بیرونی را می‌توان مزیت و برتری سازمان به حساب آورد. سازمان‌های سازگار، به وسیله مشتریان هدایت می‌شوند؛ ریسک می‌کنند؛ از اشتباه خود پند می‌گیرند و ظرفیت و تجربه ایجاد تغییر را دارند. آن‌ها به طور مستمر، در حال بهبود توانایی سازمان به جهت ارزش‌قائل شدن برای مشتریان هستند. این خصیصه در این الگو با سه شاخص ایجاد تغییر، مشتری‌گرایی و

1. Daniel denisonl

یادگیری سازمانی توصیف می‌شود.

۴- **مأموریت (رسالت) سازمانی:** سازمان‌های موفق، درک روشنی از اهداف و مسیر راهبردی خود دارند؛ به طوری که اهداف راهبردی را تعریف کرده و چشم‌انداز سازمان را ترسیم می‌کنند. در این الگو، این ویژگی با سه شاخص گرایش و مسیر راهبردی، اهداف و مقاصد و چشم‌انداز بررسی می‌شود (دنیسون، ۲۰۰۰).

ب) **مدیریت دانش:** مدیریت دانش در اوایل دهه ۱۹۹۰، به طور جدی وارد مباحث سازمانی شد؛ اگرچه بحث و گفتگو در رابطه با دانش، خیلی پیش‌تر آغاز شده بود؛ در سال ۱۹۶۵ مارشال ادعا می‌کند که بخش اعظم سرمایه، شامل دانش است. وی همچنین معتقد است که دانش، قدرتمندترین موتور تولید است؛ بدین ترتیب، سازمان‌ها باید به طور فزاینده‌ای در مدیریت آن تأکید کنند. مدیریت دانش، به مجموعه‌ای از فعالیت‌های منظم و سامانمند سازمانی گفته می‌شود که جهت دستیابی به ارزش بزرگ‌تر، از طریق دانش در دسترس، صورت می‌گیرد. دانش در دسترس، کلیه تجربیات و آموخته‌های افراد یک سازمان و کلیه اسناد و گزارش‌ها در داخل یک سازمان را شامل می‌شود (مارویک^۱، ۲۰۰۱: ۱۱). مدیریت دانش، به‌عنوان یک روش برای کنترل و هدایت دارایی‌های مشهود و به‌خصوص نامشهود سازمان شناخته می‌شود؛ به نحوی که با به‌کارگیری دانش داخل و خارج سازمان؛ تولید دانش، ارزش‌آفرینی، نوآوری و بهبود را در سازمان تسهیل کند (ونرام، ۱۳۸۹: ۱۷-۱۶).

مدیریت دانش، با ایجاد یک محیط کاری جدید، موجب تسهیل در اشتراک دانش شده و جاری شدن دانش را به فرد مناسب و در زمان مناسب، برای فعالیت کارا تر و اثربخش‌تر باعث می‌شود (اسمیت، ۱۳۸۹: ۱۷). مدیریت دانش در تعریفی دیگر؛ فرایند لازم برای خلق، احصا، مستندسازی و توزیع دانش در سطح سازمان برای دستیابی به مزیت رقابتی شناخته شده است (پیرلسون و ساندرز، ۱۳۸۹: ۱۷).

برخی از الگوهای مشهور مدیریت دانش، عبارت‌اند از: الگوی نانوکا و تاکوچی، الگوی هفت سی، الگوی بک من، الگوی هیسینگ، الگوی استیو هالس، الگوی رونالد

مایر، الگوی عمومی مدیریت دانش نیومن و کنراد، الگوی پایه‌های ساختمان دانش پرابست و همکاران (افرازه، ۱۳۸۹: ۷۰).

الگوی پرابست و همکاران (الگوی مورد استفاده تحقیق)، مدیریت دانش را به صورت سیکلی دینامیکی فرض می‌کند که به طور مستمر در حال چرخش است. این الگو، متشکل از دو بخش بیرونی و درونی و شامل هشت جزء به شرح زیر است:

الف) بخش بیرونی

۱- تعیین اهداف دانش: هدف‌های مدیریت دانش، باید از اهداف اصلی سازمان نشئت گرفته و در دو سطح راهبردی و عملیاتی مشخص شوند.

۲- ارزیابی دانش: نحوه رسیدن به اهداف معین و استفاده از نتایج آن به عنوان بازخورد، برای تعیین یا اصلاح اهداف.

ب) بخش درونی

۱- شناسایی دانش: دانش بیرونی، عبارت است از؛ تجزیه و تحلیل و تشریح دانش محیطی که فقدان شفافیت باعث عدم کارایی تصمیمات و تکرار اشتباهات می‌شود.

۲- کسب دانش: بسیاری از شرکت‌ها، قسمت قابل توجهی از دانش خود را از منابع بیرونی وارد می‌کنند. ارتباط با مشتریان، تأمین‌کنندگان، رقبا و شرکا در کارهای تعاونی و مشارکتی، ظرفیت قابل توجهی برای فراهم کردن دانش به همراه دارد.

۳- توسعه دانش: چگونه می‌توان تخصص جدیدی ایجاد کرد؟ توسعه دانش سنگ بنایی است که مکمل فرایند کسب دانش است. تمرکز اصلی آن بر روی ایجاد مهارت‌های جدید، محصولات جدید و ایده‌های بهتر و فرایندهای کارا تر است.

۴- اشتراک و توزیع دانش: چگونه می‌توان دانش را در محل درست خود قرار داد؟ شرط‌های اساسی برای تبدیل اطلاعات و تجارب جداگانه، به چیزی که کل سازمان بتواند از آن استفاده کند؛ در این مرحله پیش‌شرط‌های اساسی عبارت‌اند از:

الف) هر کس باید چه مقدار دانش را و با چه سطحی، در مورد مسئله‌ای بداند و قادر به انجام آن باشد.

ب) چگونه می‌توان اشتراک و تسهیم دانش را تسهیل کرد؟

ج) ضرورتی ندارد که همه چیز را همگان بدانند؛ بنابراین اصل تقسیم قابلیت‌های

افراد در محدوده توزیع و اشتراک دانش، باید به صورت معناداری تعریف شود. مهم‌ترین گام در اینجا، تحلیل چگونگی انتقال دانش از فرد به گروه و سازمان است. ۵- به‌کارگیری دانش: چگونه می‌توان مطمئن شد که دانش به کار برده می‌شود؟ مفهوم کلی مدیریت دانش، کسب اطمینان از این مسئله است که دانش موجود در یک سازمان به صورت مؤثر و پرباری به نفع کل سازمان به کار گرفته می‌شود.

۶- نگهداری دانش: چگونه می‌توان مطمئن شد که ما دانش را از دست نمی‌دهیم؟ توانایی‌های به دست آمده برای همیشه در دسترس نخواهد بود. نگهداری و گزینش اطلاعات، اسناد و تجارب نیازمند مدیریت است. سازمان‌ها اغلب از این نکته گلیاه دارند که سازمان‌دهی مجدد، باعث شده که آن‌ها بخشی از حافظه خود را از دست بدهند؛ بنابراین فرایندهای مربوط به انتخاب، ذخیره و به روز کردن منظم دانشی که در آینده ارزشمند خواهد بود، باید به دقت کامل سازمان دهی شود. اگر این کار انجام نگیرد، تخصص‌های ارزشمند به طور ناخواسته کنار گذاشته می‌شود (سید جوادین و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۷-۱۵).

پیشینه تحقیق: سید جوادین و همکاران (۱۳۸۹)، طی تحقیقی به مطالعه و بررسی «رابطه فرهنگ‌سازمانی با مدیریت دانش» در شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران (ستاد مرکزی) پرداخته‌اند که یافته‌های پژوهش، حاکی از ارتباط معنادار بین این دو مؤلفه بوده است (سید جوادین و همکاران، ۱۳۸۹: ۳۲-۱۰).

سید نقوی و همکاران (۱۳۸۸)، در پژوهشی با عنوان «فرهنگ و راهبرد و تأثیر آن‌ها بر اثربخشی سازمانی: با نگاهی بر مدیریت دانش»، اقدام به مطالعه و بررسی موضوع در میان متخصصان منابع انسانی و تحقیق و توسعه بانک ملت پرداخته‌اند که نتایج تحقیق نشان می‌دهد که راهبرد و فرهنگ‌سازمانی، تأثیر مثبت و معناداری بر مدیریت دانش دارد. ضمن اینکه فرهنگ‌سازمانی، نسبت به دیگر عوامل موجود، سهم بیشتری در تأثیرگذاری بر مدیریت دانش داشته و مدیریت دانش کاملاً در رابطه بین فرهنگ‌سازمانی و اثربخشی سازمانی، نقش میانجی را بازی می‌کند (سید نقوی و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۴-۹).

بیدختی و همکاران (۱۳۸۹)، در تحقیق خود نسبت به «بررسی رابطه بین فرهنگ‌سازمانی و مدیریت دانش در سازمان آموزش و پرورش شهرستان سمنان» در میان مدیران، معاونان مدارس دخترانه و پسرانه در مقاطع ابتدایی، راهنمایی، دبیرستان و پیش‌دانشگاهی پرداخته‌اند که نتایج تحقیق، وجود رابطه مثبت و معنادار، میان فرهنگ‌سازمانی و مدیریت دانش را تبیین و تأیید کرده‌است (امین بیدختی و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۱۶-۱۹۱).

گوپتا و گووینداراجان^۱ (۲۰۰۰)، فاصله بین مدیریت دانش را در نظریه و عمل - با توجه به نقش فرهنگ‌سازمانی در مدیریت دانش - مطالعه کرده‌اند. نتایج تحقیق، بیانگر آن است که ساختار سازمانی منعطف، به مدیریت دانش کمک می‌کند تا انعطاف‌پذیر باشد و وجود سیستم پاداش‌دهی سالم و مناسب در تشویق افراد برای کسب، خلق، تقسیم و انتشار دانش، نقش ضروری و انکارناپذیری دارد (گوپتا و گووینداراجان، ۲۰۰۰: ۸۱-۷۱).

مطالعه اسمیت و مک‌کین^۲ (۲۰۰۳)، بیانگر آن است که برای توسعه فرهنگ دانش‌مدار و مبتنی بر اشتراک دانش بر عوامل اجتماعی (عوامل اجتماعی یادگیری)، مدیریتی (رهبری، نظام پاداش مناسب، تأکید بر اشتراک دانش، تخصیص زمان و منابع کافی و...) سازمانی (تأکید بر عوامل انگیزشی، ساختار غیرمتمرکز، توسعه منابع انسانی و...) و همچنین عوامل فنی (نظیر توسعه بسترهای اینترنتی، بانک‌های اطلاعاتی، نرم‌افزارهای اشتراک دانش و...) تأکید شده است (اسمیت و مک‌کین، ۲۰۰۳).

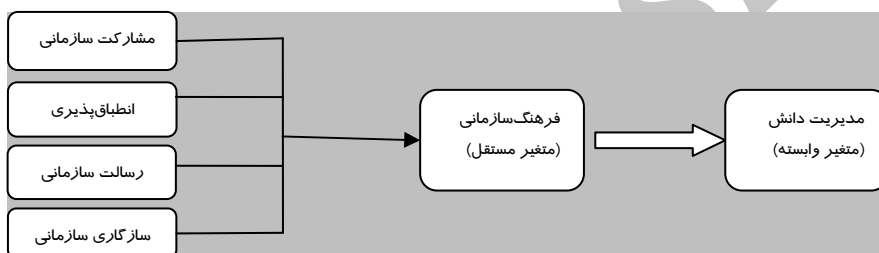
لای و لی^۳ (۲۰۰۷)، در مطالعه‌ای روابط فرهنگ‌سازمانی با فعالیت‌های دانشی را بررسی کردند. آن‌ها عوامل مؤثر بر اجرای فعالیت‌های دانشی را در سازمان‌هایی که برنامه‌های مدیریت دانش را اختیار کرده‌اند؛ مورد توجه قرار دادند. نتایج حاصل بیانگر آن است که مؤسساتی که فعالیت‌های دانشی را در اختیار می‌گیرند؛ بهتر است، فرهنگ کارآفرینانه داشته باشند (لای و لی، ۲۰۰۷: ۳۲۲-۳۰۶).

1. Gupta & Govindarajan
2. Smith & Mackeen
3. Lai & Lee

الگوی مفهومی تحقیق

در این تحقیق با استفاده از الگوی فرهنگ‌سازمانی دانیل دنیسون (۲۰۰۰)، تأثیر عواملی از قبیل تعهد به مشارکت، سازگاری سازمانی، انطباق‌پذیری و رسالت سازمانی تبیین می‌شود.

برای بررسی ابعاد مدیریت دانش از الگوی پرابست، راب و رامهارد (۲۰۰۰)؛ با نام الگوی سنگ بنای ساختمان مدیریت دانش که یکی از جامع‌ترین و پرکاربردترین الگوها در تحقیقات سازمانی است، استفاده شده است. بر این اساس، الگوی مفهومی تحقیق نیز به شکل زیر طراحی شده است:



شکل ۱: الگوی مفهومی تحقیق
منبع: دنیسون (۲۰۰۰) و پرابست و همکاران (۲۰۰۰)

فرضیه‌های پژوهش

فرضیه‌های اصلی:

- ۱- بین فرهنگ‌سازمانی و مدیریت دانش در اداره‌های مرکزی بانک پارسیان، رابطه معنادار وجود دارد.
- ۲- میان عوامل تشکیل‌دهنده فرهنگ‌سازمانی در اداره‌های مرکزی بانک پارسیان، تفاوت معنادار وجود دارد.
- ۳- میان عوامل تشکیل‌دهنده مدیریت دانش در اداره‌های مرکزی بانک پارسیان، تفاوت معنادار وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی:

- ۱- بین تعهد به مشارکت و مدیریت دانش در اداره‌های مرکزی بانک پارسیان، رابطه معنادار وجود دارد.
- ۲- بین سازگاری سازمانی و مدیریت دانش در اداره‌های مرکزی بانک پارسیان، رابطه معنادار وجود دارد.
- ۳- بین انطباق‌پذیری و مدیریت دانش در اداره‌های مرکزی بانک پارسیان، رابطه معنادار وجود دارد.
- ۴- بین رسالت سازمانی و مدیریت دانش در اداره‌های مرکزی بانک پارسیان، رابطه معنادار وجود دارد.

روش‌شناسی پژوهش

روش مورد استفاده در پژوهش حاضر، با توجه به ماهیت موضوع و هدف برخورداری از نتایج یافته‌ها که برای حل مسائل موجود و به دنبال پاسخ دادن به یک مسئله و مشکل به کار می‌رود، در قالب تحقیق توصیفی - تحلیلی از نوع کاربردی است و با توجه به در نظر گرفتن دیدگاه‌های افراد مختلف، ماهیت پیمایشی دارد. جامعه آماری این پژوهش، شامل تعداد ۲۷۰ نفر از کارکنان اداره‌های مرکزی بانک پارسیان در سطوح کارشناسی (کارشناسان و کمک کارشناسان) است. در این پژوهش، با توجه به نوع توزیع جامعه آماری؛ از روش نمونه‌گیری تصادفی - طبقه‌ای استفاده شده؛ همچنین حجم نمونه، با استفاده از جدول «کرجسی و مورگان» به تعداد ۱۵۹ نفر از جامعه مزبور انتخاب و با استفاده از پرسشنامه‌های فرهنگ‌سازمانی دانیل دنیسون (۲۰۰۰) و همچنین پرسشنامه مدیریت دانش الگوی پایه‌های مدیریت دانش پراپست و همکاران (۲۰۰۰)، بررسی شده است. روایی پرسشنامه‌ها، با استفاده از نظر متخصصان و خبرگان و همچنین ضریب پایایی پرسشنامه فرهنگ‌سازمانی ۰/۹۱ و ضریب پایایی پرسشنامه مدیریت دانش ۰/۷۹ به دست آمده و چون آلفای کرونباخ هر دو پرسشنامه، بیش از ۰/۷۰ به دست آمده؛ بنابراین هر دو ابزار از پایایی لازم برخوردار هستند. تجزیه و تحلیل داده‌ها، در دو بخش توصیفی (به منظور تحلیل

متغیرهای جمعیت شناختی) در بخش آمار استنباطی نیز از آزمون‌های (کولموگروف - اسمیرنوف، جهت بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها، همبستگی اسپیرمن جهت آزمون فرضیه‌های تحقیق و از آزمون فریدمن جهت رتبه‌بندی مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی و مدیریت دانش) استفاده شد. تحقیق حاضر، در دوره زمانی سال ۱۳۹۱ صورت گرفته است.

یافته‌های پژوهش

الف) یافته‌های توصیفی:

متغیرهای جمعیت شناختی نشان داد که ۶۱.۴ درصد مرد و ۳۸.۶ درصد از کل نمونه انتخابی را زنان تشکیل می‌دهند. رابطه استخدامی کارکنان، تماماً قراردادی است. حدود ۶ درصد پاسخ‌دهندگان، دارای تحصیلات دکترا؛ ۳۶.۵ درصد کارشناسی ارشد؛ ۴۹ درصد دارای تحصیلات کارشناسی و ۸.۵ درصد دارای تحصیلات کاردانی هستند؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که نزدیک به نیمی از پاسخ‌دهندگان، دارای تحصیلات کارشناسی هستند. حدود ۵۰ درصد از افراد در فاصله سنی ۳۰ تا ۳۵ قرار دارند که به نوعی نشان از جوان بودن کارکنان این بانک دارد. تقریباً ۵۲ درصد پاسخ‌دهندگان، بیش از ۵ سال سابقه کار دارند که با توجه به قدمت سازمان (حدود ۱۱ سال سابقه فعالیت)، می‌توان نتیجه گرفت که به خوبی با فرهنگ سازمانی آشنایی داشته باشند و این شناخت بالای فرهنگ سازمانی اعتبار پاسخ‌ها را در این تحقیق بالا می‌برد.

ب) یافته‌های استنباطی

آزمون کولموگروف - اسمیرنوف

به منظور مشخص کردن نوع آزمون مورد استفاده برای فرضیه‌های تحقیق، ابتدا باید اقدام به بررسی نرمال یا غیر نرمال بودن داده‌های مربوط به فرضیه‌ها کنیم؛ سپس با استفاده از نتایج این آزمون، از روش‌های آماری پارامتریک یا ناپارامتریک مناسب برای آزمون فرضیه‌ها استفاده می‌کنیم.

جدول ۱: آزمون کولموگروف - اسمیرنوف

$H_0: P=0$		توزیع مشاهده‌ها از توزیع نرمال پیروی می‌کند.		
$H_1: P \neq 0$		توزیع مشاهده‌ها از توزیع نرمال پیروی نمی‌کند.		
نتیجه آزمون	مقدار sig	آماره آزمون	تعداد نمونه	متغیر
توزیع نرمال	.۴۰۵	۸۹۱	۱۵۹	مدیریت دانش
توزیع نرمال	.۲۰۵	۱۰۶۷	۱۵۹	فرهنگ‌سازمانی
توزیع نرمال	.۰۵۱	۱۳۵۵	۱۵۹	انطباق‌پذیری
توزیع غیرنرمال	.۰۱۷	۱۵۴۷	۱۵۹	سازگاری سازمانی
توزیع نرمال	.۲۴۲	۱۰۲۷	۱۵۹	تعهد به مشارکت
توزیع نرمال	.۱۵۱	۱۱۳۶	۱۵۹	رسالت سازمانی

همان‌طور که در جدول (۱) مشاهده می‌شود؛ برای اغلب مقادیر، مقدار آماره آزمون در سطح ۰/۰۵ کمتر از مقدار بحرانی بوده و نتیجه آزمون برای متغیر سازگاری سازمانی از توزیع نرمال تبعیت نمی‌کند؛ بنابراین با فرض غیرنرمال (نامتقارن) بودن داده‌های جمع‌آوری شده و با توجه به طیف لیکرت ۵ رتبه‌ای؛ در ادامه برای آزمون فرضیه‌های تحقیق، از آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شده است.

جدول ۲: میانگین، میانه، نما و انحراف معیار متغیرهای فرهنگ‌سازمانی و مدیریت دانش

متغیرهای تحقیق	میانگین	میانه	نما	انحراف معیار	تعداد پاسخ‌دهندگان
مشارکت سازمانی (تعهد به مشارکت)	۲.۹۴	۲.۹	۳.۷	.۷۴	۱۵۹
انطباق‌پذیری	۳.۱۸	۳.۱۴	۳.۷۱	.۶۱	۱۵۹
رسالت سازمانی	۲.۹۹	۳	۳.۳۳	.۶۴	۱۵۹
سازگاری سازمانی	۲.۹۹	۳.۱۶	۳.۳۳	.۶۲	۱۵۹
مدیریت دانش	۳.۰۳	۳.۱۱	۳.۶۴	.۵۸	۱۵۹

آزمون همبستگی اسپیرمن

جدول ۳: نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن برای فرضیه‌های تحقیق

متغیر	مشارکت سازمانی	رسالت سازمانی	سازگاری	انطباق‌پذیری	فرهنگ‌سازمانی
ضریب همبستگی	۰.۰۶	۰.۶۳	۰.۶۳۳	۰.۶۷۸	۰.۷۳۱
سطح معنادار	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰
تعداد	۱۵۹	۱۵۹	۱۵۹	۱۵۹	۱۵۹

آزمون فرضیه‌های اصلی:

فرضیه اصلی اول:

- بین فرهنگ‌سازمانی و مدیریت دانش، رابطه معناداری وجود دارد.

یافته‌های پژوهش در ارتباط با فرضیه اصلی اول

نتایج به دست آمده از آمار استنباطی در جدول (۳)، نشان می‌دهد که بین فرهنگ‌سازمانی و مدیریت دانش در اداره‌های مرکزی بانک پارسیان رابطه معناداری وجود دارد. ضریب همبستگی اسپیرمن بین فرهنگ‌سازمانی و مدیریت دانش، ۰.۷۳۱. به دست آمد و این ضریب همبستگی، نشان می‌دهد که فرهنگ‌سازمانی در اداره‌های مرکزی بانک پارسیان، نقش اساسی در بهبود وضعیت مدیریت دانش در این سازمان دارد و هراندازه فرهنگ‌سازمانی قوی‌تر شود؛ باعث بهبود وضعیت مدیریت دانش خواهد شد.

آزمون فرضیه‌های فرعی:

- بین مشارکت سازمانی و مدیریت دانش، رابطه معناداری وجود دارد.

یافته‌های پژوهش مربوط به فرضیه فرعی اول

نتایج حاصل از آزمون همبستگی اسپیرمن (جدول ۳)، نشان‌دهنده آن است که بین تعهد به مشارکت و مدیریت دانش در اداره‌های مرکزی بانک پارسیان، رابطه معناداری وجود دارد. در این پژوهش، مقیاس‌های تعهد به مشارکت برابر الگوی به کار گرفته شده توسط دانیل دنیسون، شامل توانمندسازی، تیم‌سازی و توسعه قابلیت‌ها در نظر گرفته شده است. نتیجه حاصله از ضریب همبستگی اسپیرمن، بدین گونه بود که تعهد به مشارکت در سطح معناداری ۰/۰۵ و با احتساب ضریب همبستگی ۰.۶۰۶ ارتباط مستقیم و معناداری با مدیریت دانش دارد؛ بنابراین می‌توان چنین نتیجه گرفت که هر چه شرکت بیشتر به سمت توانمند کردن کارکنان حرکت کرده و مهارت‌های آن‌ها را توسعه دهد و کارها بیشتر به صورت تیمی و مشارکتی انجام شود؛ باعث ارتقا و بهبود وضعیت مدیریت دانش خواهد شد.

- بین انطباق‌پذیری و مدیریت دانش رابطه معناداری وجود دارد.

یافته‌های پژوهش مربوط به فرضیه فرعی دوم

در این پژوهش، مقیاس‌های انطباق‌پذیری برابر الگوی به کار گرفته شده توسط دنیسون شامل ایجاد تغییر، مشتری‌مداری و یادگیری سازمانی در نظر گرفته شده است. نتیجه حاصله از ضریب همبستگی اسپیرمن، چنین بود که انطباق‌پذیری در سطح معناداری ۰/۰۵ و با احتساب ضریب همبستگی ۰/۶۷۸. ارتباط مستقیم و معناداری با مدیریت دانش دارد؛ بنابراین می‌توان چنین نتیجه گرفت که هر چه میزان تغییرپذیری، مشتری‌مداری و یادگیری سازمانی در شرکت بیشتر باشد؛ باعث ارتقا و بهبود وضعیت مدیریت دانش خواهد شد.

- بین رسالت سازمانی و مدیریت دانش رابطه معناداری وجود دارد.

یافته‌های پژوهش مربوط به فرضیه فرعی سوم

در این تحقیق مقیاس‌های رسالت سازمانی، با توجه به الگوی فرهنگ سازمانی دانیل دنیسون، شامل گرایش و جهت‌راهبردی، اهداف و مقاصد و چشم‌انداز در نظر گرفته شده است. نتیجه حاصله از ضریب همبستگی اسپیرمن، چنین بود که مأموریت سازمانی در سطح معناداری ۰/۰۵ و با احتساب ضریب همبستگی ۰/۶۶۳. ارتباط مستقیم و معناداری با مدیریت دانش دارد؛ بنابراین می‌توان چنین نتیجه گرفت که هر چه گرایش و جهت‌راهبردی، اهداف، مقاصد و چشم‌انداز در سازمان، به‌وضوح تعریف شود و روشن و فراگیر باشد؛ باعث ارتقای وضعیت مدیریت دانش خواهد شد.

- بین سازگاری سازمانی و مدیریت دانش رابطه معناداری وجود دارد.

یافته‌های پژوهش مربوط به فرضیه فرعی چهارم

در این پژوهش مقیاس‌های سازگاری سازمانی، برابر الگوی به کار گرفته شده توسط دنیسون شامل ارزش‌های بنیادین، توافق و هماهنگی و پیوستگی در نظر گرفته شده است. نتیجه حاصله از ضریب همبستگی اسپیرمن، چنین بود که سازگاری در سطح معناداری ۰/۰۵ و با احتساب ضریب همبستگی ۰/۶۳۳. ارتباط مستقیم و معناداری با مدیریت دانش دارد؛ بنابراین می‌توان چنین نتیجه گرفت که هر چه اعضای سازمان در ارزش‌های بنیادین سازمان، اشتراک بیشتری داشته باشند و قادر به حصول توافق

در زمینه حل مسائل حساس و اساسی باشند و از قدرت هماهنگی بالاتری در سازمان برخوردار باشند؛ باعث بهبود وضعیت مدیریت دانش خواهند شد.

در واقع نتایج به دست آمده از آمار استنباطی در جدول (۴)، نشان دهنده معنادار بودن کلیه روابط در سطح خطای ۰/۰۵ بوده و در نتیجه فرضیه اصلی اول و همه فرضیه‌های فرعی تحقیق با ۹۵ درصد اطمینان تأیید شدند؛ بنابراین می‌توان گفت که بین همه مؤلفه‌های فرهنگ‌سازمانی و مدیریت دانش در جامعه آماری رابطه معناداری وجود دارد.

در بین مؤلفه‌های فرهنگ‌سازمانی، مؤلفه انطباق‌پذیری با $t=0/678$ ، بیشترین همبستگی را با مدیریت دانش داشته است. همچنین ضریب تبیین یعنی $R^2=0/46$ به دست آمده که نشان می‌دهد؛ مؤلفه انطباق‌پذیری، ۴۶ درصد تغییرات مدیریت دانش را تبیین می‌کند. علاوه‌براین، مؤلفه مشارکت‌سازمانی با $t=0/606$ ، کمترین همبستگی را با مدیریت دانش داشته است. همچنین ضریب تبیین یعنی $R^2=0/36$ است که نشان می‌دهد؛ مؤلفه مشارکت‌سازمانی، ۳۶ درصد تغییرات مدیریت دانش را تبیین می‌کند.

آزمون فریدمن

در اینجا، به منظور رتبه‌بندی متغیرهای فرهنگ‌سازمانی و مدیریت دانش (آزمون فرضیه‌های اصلی دوم و سوم)، از آزمون تحلیل واریانس فریدمن استفاده شده است. میان عوامل تشکیل‌دهنده فرهنگ‌سازمانی، تفاوت معنادار وجود دارد.

جدول ۴: میانگین رتبه‌ها و اولویت‌بندی متغیرهای فرهنگ‌سازمانی

رتبه	میانگین رتبه‌ها	متغیرهای فرهنگ‌سازمانی
۴	۲.۱۷	تعهد به مشارکت
۲	۲.۴۹	سازگاری سازمانی
	۳.۰۲	انطباق‌پذیری
۳	۲.۳۲	رسالت سازمانی

جدول ۵: نتیجه حاصل از آزمون تحلیل واریانس فریدمن مربوط به متغیرهای فرهنگ‌سازمانی

تعداد نمونه	آماره آزمون	درجه آزادی	عدد معناداری
۱۵۹	۱.۰۶۷	۳	...

جدول بالا نشان می‌دهد؛ عدد معناداری مربوط به آزمون تجزیه و تحلیل واریانس

فریدمن برابر $\text{sig}=0.000$ است که از سطح خطای 0.05 کمتر می‌باشد؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که تفاوت بین میانگین رتبه‌های متغیرهای فرهنگ‌سازمانی معنادار است؛ پس فرضیه تحقیق، پذیرفته می‌شود.

همان‌طور که در جدول (۴) نیز مشاهده می‌شود؛ متغیر انطباق‌پذیری، دارای بالاترین رتبه است و بهترین وضعیت را در بین مؤلفه‌های فرهنگ‌سازمانی در سازمان به خود اختصاص داده است و این خود نقطه قوتی برای سازمان، در اداره و مدیریت فرهنگ‌سازمانی است.

متغیر تعهد به مشارکت، دارای پایین‌ترین رتبه است؛ یعنی وضعیت موجود سازمان در بُعد تعهد به مشارکت در حد مطلوب نیست و برای ارتقای فرهنگ‌سازمانی، این وضعیت باید مورد توجه قرار گرفته و به‌صورت مستمر تقویت شود. میان عوامل تشکیل‌دهنده مدیریت دانش، تفاوت معنادار وجود دارد.

جدول ۶: میانگین رتبه‌ها و اولویت‌بندی متغیرهای مدیریت دانش

رتبه	میانگین رتبه‌ها	متغیرهای مدیریت دانش
۸	۳.۶۲	تعیین اهداف دانش
۶	۴.۴۴	شناسایی دانش
۱	۵	کسب دانش
۵	۴.۴۵	توسعه دانش
۳	۴.۹	تسهیم دانش
۲	۴.۹۵	استفاده از دانش
۴	۴.۵۲	نگهداری دانش
۷	۴.۰۸	ارزیابی دانش

جدول ۷: نتیجه حاصل از آزمون تحلیل واریانس فریدمن مربوط به متغیرهای مدیریت دانش

تعداد نمونه	آماره آزمون	درجه آزادی	عدد معناداری
۱۵۹	۸۹۱.	۷	۰.۰۰۰

همان‌طور که در جدول (۷) مشاهده می‌شود؛ عدد معناداری مربوط به آزمون تجزیه و تحلیل واریانس فریدمن $\text{sig}=0.000$ است که از سطح خطای 0.05 کمتر می‌باشد؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که تفاوت بین میانگین رتبه‌های متغیرهای مدیریت دانش، معنادار است؛ پس فرضیه تحقیق تأیید می‌شود.

همان طور که در جدول (۶) نیز مشاهده می شود؛ متغیر کسب دانش، دارای بالاترین رتبه و بهترین وضعیت را در بین مؤلفه های مدیریت دانش در سازمان به خود اختصاص داده است و این خود نقطه قوتی برای سازمان در اداره کردن مدیریت دانش است.

متغیر تعیین اهداف دانش، دارای پایین ترین رتبه است؛ یعنی وضعیت موجود سازمان در بُعد تعیین اهداف دانش، در حد مطلوب نیست و برای ارتقای نظام مدیریت دانش، این وضعیت باید تقویت شود.

نتیجه گیری

نتایج به دست آمده؛ حاکی از تأیید کلیه فرضیه های تحقیق و وجود رابطه معنادار بین فرهنگ سازمانی و مدیریت دانش در این سازمان است. رتبه بندی مؤلفه های فرهنگ سازمانی و مدیریت دانش، با استفاده از آزمون فریدمن تعیین شد و نتایج به دست آمده به طور غیرمستقیم با پژوهش های سیدنقوی، اسمیت، مک کین، لالی و لی در یک راستا قرار می گیرند و با پژوهش های بیدختی و همکاران که در آموزش و پرورش انجام شده و گوپتا و گووینداراجان، به طور کامل همسو هستند و پژوهش های فوق را تأیید می کنند.

پیشنهادها

هدف از تحقیق حاضر، بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و مدیریت دانش، در اداره های مرکزی بانک پارسیان بوده و مطالعاتی که به بررسی علل شکست نوآوری های مدیریت پرداخته است؛ بیان می کنند که فرهنگ سازمانی، عاملی عمده برای موفقیت سازمان ها است. طبق تحقیقات انجام شده؛ یکی از موانع عمده استقرار مدیریت دانش در سازمان ها، فرهنگ سازمانی است و تغییر فرهنگ، یکی از مهم ترین جنبه های هر نظام مدیریت دانش تلقی می شود.

از یافته های مربوط به وضعیت موجود ابعاد فرهنگ سازمانی و مدیریت دانش در سازمان مذکور و همچنین مطالعه ادبیات موضوع که همگی نشان دهنده رابطه عوامل

فرهنگ سازمانی با مدیریت دانش است؛ می‌توان نتیجه گرفت که نامطلوب بودن برخی از شاخص‌های ابعاد فرهنگی؛ از جمله تعهد به مشارکت، سازگاری و رسالت سازمانی، باعث تضعیف شاخص‌های مدیریت دانش در جامعه آماری است و نشان‌دهنده رابطه معنادار بین ابعاد فرهنگ‌سازمانی و مدیریت دانش در اداره‌های مرکزی بانک پارسیان است؛ بنابراین با توجه به نتایج آزمون فرضیه‌ها، به مدیران سازمان مزبور که به دنبال بهبود وضعیت مدیریت دانش در سازمان هستند، پیشنهاد می‌شود:

- از آنجاکه در شاخص‌های انطباق‌پذیری از جمله ایجاد تغییر؛ مشتری‌مداری و یادگیری سازمانی، دارای نقاط قوت بیشتری نسبت به سایر ابعاد می‌باشند؛ از این وضعیت مثبت، در جهت استقرار و بهبود وضعیت مدیریت دانش استفاده کنند.

- با توجه به تفاهم و توافق گسترده در مورد اهداف و رسالت سازمان و اینکه این اهداف با راهبرد و مأموریت سازمان پیوند دارند؛ از این نقطه قوت خود در استقرار و توسعه مدیریت دانش استفاده کنند.

- به مشارکت و کارگروهی در جهت تعیین اهداف مشترک ارزش‌بیشتری نهاده و به توسعه قابلیت‌ها و مهارت‌های کارکنان بپردازند.

- به نظر می‌آید؛ یکی از موانع توسعه مدیریت دانش در واحدهای ستادی بانک پارسیان، نبودن فضاهای مذاکره و جلسه‌های یادگیری، فرهنگ گفت‌وگو و تبادل آرا است که در این راستا پیشنهاد می‌شود؛ سازمان مذکور به تشکیل کارگروه‌ها، مذاکره‌ها و جلسه‌های یادگیری در قالب جلسه‌های مباحثه و مناظره اقدام کند که این امر، خود باعث ایجاد بستر مناسب جهت کسب و انتقال دانش می‌شود و می‌تواند درک خود را در خصوص نیازهای مشتریان سازمانی ارتقا بخشند و از هماهنگی بالای واحدهای سازمانی، در پروژه‌ها و عملیات سازمان استفاده کنند.

- همچنین توصیه می‌شود که مدیران، چشم‌انداز قوی - که موجب اثرگذاری و تحریک انگیزش کارکنان می‌شود - برای سازمان مشخص کنند و نیز فرهنگی را خلق و توسعه کنند که این چشم‌انداز را پشتیبانی کند تا از این طریق بتوانند؛ رسالت سازمانی خود را که از مهم‌ترین ویژگی‌های فرهنگ‌سازمانی است، ارتقا بخشند و

بتوانند در اجرای نظام مدیریت دانش در سازمان موفق باشند.

- با توجه به یافته‌های تحقیق، از بین مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی؛ انطباق‌پذیری، بیشترین همبستگی و مؤلفه مشارکت سازمانی، کمترین همبستگی را با مدیریت دانش دارد. همان‌طور که نتایج رتبه‌بندی نشان می‌دهد؛ از بین مؤلفه‌های مدیریت دانش؛ کسب دانش، بیشترین رتبه و تعیین اهداف دانش، کمترین رتبه را به خود اختصاص داده است؛ بنابراین به مدیران پیشنهاد می‌شود که در تعیین اهداف دانش سازمانی متناسب با اهداف سازمان، توجه بیشتری داشته باشند تا این کار، باعث ارتقای جایگاه مدیریت دانش در سازمان شود.

منابع

- ابطحی، سید حسین و عادل صلواتی (۱۳۸۵). مدیریت دانش در سازمان، انتشارات پیوند نو، چاپ اول.
- اخوان، پیمان و روح الله باقری (۱۳۹۰). مدیریت دانش از ایده تا عمل، چاپ سوم، تهران: نشر آتی نگر.
- افرازه، عباس (۱۳۸۴). مدیریت دانش (مفاهیم، الگوها، اندازه‌گیری و پیاده‌سازی)، نشر افرازه، چاپ اول.
- بیدختی، امین؛ مکوند حسینی، شاهرخ و زهرا احسانی (۱۳۹۰). بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و مدیریت دانش در سازمان آموزش و پرورش شهرستان سمنان، فصلنامه راهبرد، شماره ۵۹.
- جلالی، سید محمدجواد؛ افرازه، فاطمه و نوید نضافتی (۱۳۸۴). طراحی و به‌کارگیری نرم‌افزار سیستم جامع مدیریت دانش (مطالعه موردی در وزارت راه و ترابری جمهوری اسلامی ایران)، پنجمین کنفرانس بین‌المللی مهندسی صنایع، آذرماه ۸۴.
- حسینیان، شهامت؛ رفیع نیا، محمد رفیع و یونس عابدی (۱۳۸۹). بررسی رابطه برخی عوامل درون سازمانی با فرهنگ سازمانی دانشجویان دانشگاه علوم انتظامی، فصلنامه دانش انتظامی، سال ۱۲، شماره ۲.

- حقیقت منفرد، جلال آیلر هوشیار (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین فرهنگ‌سازمانی و مدیریت دانش (مطالعه موردی شرکت ملی نفت ایران)، **فصلنامه علمی - پژوهشی مدیریت و منابع انسانی در صنعت نفت**، سال چهارم، شماره ۱۲.
- دانش فرد، کرم الله و سعید شهابی نیا (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین فرهنگ‌سازمانی و استقرار مدیریت دانش (مطالعه موردی شرکت توزیع نیروی برق معاونت اجرایی شمال شرق تهران)، **فصلنامه مدیریت**، سال هفتم، شماره ۱۷.
- دفت، ریچارد ال (۱۳۸۷). **عصر جدید مدیریت**، ترجمه طاهره فیضی و محمدعلی سرلک، چاپ اول، جلد اول، تهران: نشر گستره.
- دوانپورت، تامس اچ و لارنس پروساک (۱۳۷۹). **مدیریت دانش**، ترجمه حسین رحمان سرشت، تهران: انتشارات شرکت طراحی مهندسی و قطعات ایران خودرو (سپیکو).
- رایبیز، استیفن (۱۳۸۸). **تئوری سازمان (ساختار و طرح سازمانی)**، ترجمه سید مهدی الوانی و حسن دانایی فرد، انتشارات صفار - اشراقی.
- رعنائی کردشولی، حبیب الله (۱۳۸۶). **مدیریت فرهنگ‌سازمانی: طراحی الگویی بر مبنای چارچوب ارزش‌های رقابتی**، **فصلنامه علوم مدیریت ایران**، سال دوم، شماره ۶.
- سوری، حسن (۱۳۸۶). **مهندسی مجدد در سازمان‌های ایرانی**، تهران: مؤسسه خدمات فرهنگ رسا.
- سید جوادین، سیدرضا؛ امامی، مصطفی و عبدالغنی رستگار (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین فرهنگ‌سازمانی با مدیریت دانش (مطالعه موردی شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران)، **فصلنامه علمی - پژوهشی مدیریت و منابع انسانی در صنعت نفت**، سال چهارم، شماره ۱۲.
- سید نقوی، میرعلی؛ نریمانی، مهدی و حسین غلام حسینی (۱۳۸۹). فرهنگ و راهبرد و تأثیر آن بر اثربخشی سازمان: با نگاهی به مدیریت دانش، **مجله چشم‌انداز مدیریت دولتی**، شماره ۱.

- Balthazard, Pieer. A, & Cook, Robert. A. (2004). *Organizational Culture and Knowledge Management Success: Assessing the Behavior Performance Continuum*. Proceedings of The 37 Hawaii International Conference on System Sciences.
- Chase.R. (1997). *The Knowledge – based Organization: An International Survey*. Journal of Knowledge Management, Vol. 1.
- Gupta AK, Govindarajan V (2000). *Knowledge management social dimension: Lessons from Nucor Steel*. Sloan Management Review, 42(1).
- Hoffman, James, Hoelscher Mark L., Sherif Karma (2005) "*Social Capital, Knowledge management and Sustained Superior Performance*", Journal of Knowledge management, Vol.9, No.3.
- Kalseth, Karl, (2000) "*Knowledge Management strategy*", Perspective Journal, NO 37.
- Lai M.F, Lee, G.G(2007). *Relationships of organizational culture toward Knowledge activities*. Business Process Management Journal, 13(2).
- Lang, j. C. (2001), "*Managerial Concerns In Knowledge Management*", *Journal of Knowledge Management*, Vol. 5, No.1, pp.43-57. Available at: www.emerald-library.com/ft.
- Marwik, A. D, (2001) "*Knowledge management technology*", Systems Journal, Vol.40.
- Nonaka, I; Takeuchi, H, (1995) "*The Knowledge- Creating Company*", Oxford University Press, Oxford.
- Ouchi, W. & Wilkins, A. (1985). Organizational Culture, Annual Review Of Anthropology, Vol. 11.
- Probst, Gilbert, Stephen Raub and kai Romhardt, (2000) "*managing Knowledge*", Building Blocks for Success.
- Schein E.H. (1985). *Organizational Culture And Leadership*. Sanfrancisco: jossy-Bass.
- Smith. Heather A Mackeen. James D. (2003), *Instilling a Knowledge-Sharing Culture*, Queen's Center For Knowledge-Based Enterprises, <http://www.business.queensu.ca>.
- Suwassee, N. N. and Sewary, D. A. (2003), *An Investigation Of Knowledge Management Implementation Strategies*, Proceedings of saicsit, pp. 24-36.
- Sveiby, k.E. (2000), "*knowledge - Based Theory of the firm to Guide Strategy Formulation*", Available at: www.sveiby.com.au.
- wang, Catherine L., Ahmed Perveiz, K, "*Structure Dimensions for Knowledge Based Organizations, (2003)*", Measuring Business Excellence, vol17, Issue 1:12.