



بررسی تاثیر مدیریت دانایی بر حکمت سازمانی با نقش تعدیلگری فضیلت سازه (مطالعه موردی: شرکت نفت استان آذربایجان شرقی)

علی جاهدی آغجه اوبه

دانش آموخته ارشد مدیریت بازرگانی - مالی دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.

ali_goods@ahoo.com

دکتر علیرضا فضلزاده

دانشیار دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.

fazlzadeh_acc@ahoo.com

دکتر ناصر صنوبر

دانشیار دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.

nsanoubar@yahoo.com

1

چکیده

عصر جدید، عصر کامپیوتر و دنیای مجازی، عصر اطلاعات و ارتباطات، عصر تغییرات سریع همراه با پیچیدگی‌ها و عصر رقابت سخت سازمان‌ها برای ماندن می‌باشد. با به وجود آمدن پدیده جهانی شدن و آغاز رقابت شدید سازمان‌ها در دنیای تجاری و داشتن حضور مستمر و پایدار به ناچار باید مسلح به سلاح‌هایی باشند تا بتوانند به موفقیت دست یابند. مدیریت دانایی و حکمت سازمانی به همراه فضیلت از ابزارهای پایداری است که برای هر سازمان و بنگاه اقتصادی لازم و ضروری است. هدف اصلی این تحقیق بررسی اثر مدیریت دانایی بر حکمت سازمانی با نقش میانجی فضیلت سازمانی در شرکت نفت استان آذربایجان شرقی است. تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی است. از نظر دسته‌بندی پژوهش‌ها برحسب نحوه گردآوری داده‌ها از نوع پژوهش‌های توصیفی - پیمایشی محسوب می‌شود. به منظور جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات پژوهش از ابزار پرسشنامه استفاده گردیده است. برای جمع‌آوری اطلاعات مربوط به مدیریت دانش از پرسشنامه نوناکا و تاکوچی توسط سلطان حسینی و موسوی (۱۳۹۱) با ۲۶ گویه و حکمت سازمانی از پرسشنامه استاندارد مرادی (۱۳۹۴) با ۳۴ گویه و فضیلت سازمانی کامرون و همکاران (۲۰۰۴) با ۱۵ گویه استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها آزمون همبستگی پیرسون و تحلیل مسیر استفاده شده است. بر اساس نتایج مشخص شد که مدیریت دانایی بر حکمت سازمانی با متغیر فضیلت سازمانی با اطمینان ۹۵ درصد تاثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین مدیریت دانایی بر حکمت سازمانی طبق تحلیل رگرسیون تاثیر مثبت و معناداری دارد و نیز مدیریت دانایی بر فضیلت سازمانی هم تاثیر مثبت و معناداری دارد و در نهایت فضیلت سازمانی بر حکمت سازمانی طبق تحلیل رگرسیون خطی با اطمینان ۹۵ تاثیر مثبت و معناداری دارد.

کلمات کلیدی: مدیریت دانایی، حکمت سازمانی و فضیلت سازمانی.

مقدمه

محیط رقابتی امروزی با عدم قطعیت و تهدیدهای نوظهور همراه است، شرکت‌ها باید استراتژی‌های جدیدی را برای ادامه حیات اتخاذ نمایند. مدیریت دانایی (یا مدیریت دانش) یک عامل اساسی در دستیابی به این موفقیت بلندمدت است زیرا



عملکرد بیشتر را در بین این سازمان‌ها تسهیل می‌کند و پاسخ موثر به نیازها و نیازهای مشتریان را تضمین می‌کند (گیمانگ و اماگوالی، ۲۰۲۰). دانایی و یا دانش یک دارایی می‌باشد و هوش یک ویژگی و هر دو در عمل از هم جداشدنی نیستند. دانش و هوش اگر به طور درست و مناسب به کار گرفته شوند، می‌توانند ارزش‌های بی شماری را خلق کنند و تأثیر بیشتری را بر نوآوری سازمانی دارند (رحیمی، ۱۳۹۹، ۲۵).

حکمت، یکی از پیچیده‌ترین و وسیع‌ترین مفاهیم بشری است. این مفهوم نمایان گر رشد قوای فکری و توسعه رفتار انسانی است. هوش و تجربه کافی لزوماً نشان از خرد نیست، نشانه‌ی خرد آن است که مدیر بتواند با تصمیم‌گیری مناسب بهترین راه را برای رسیدن به منافع مشترک بیابد. اتخاذ تصمیم یکی از مهم‌ترین مراحل است که مدیران با کسب دانش الزم، توانمندسازی خویش و شناخت محیط پیرامون می‌توانند تصمیم‌گیری‌های بخردانه و آینده‌نگری را اتخاذ نمایند (باقرزاده هوشمندی و یوسف زاده، ۱۳۹۶، ۱). دنیای کسب و کار مدرن امروزی اگرچه از بسیاری از جنبه‌های رقابتی به سرعت در حال پیشرفت است ولی متأسفانه توجه اندکی به مباحثی چون فضیلت مداری دارد. کلماتی چون فضیلت، امیدواری و شرافت به طور معمول مرتبط با محیط تجاری رقابتی مدرن نمی‌باشند. کاربرد فضیلت در سازمان‌ها اثرات بسیار مثبتی دارد. احساس کارکردن در سازمان فضیلت محور شاید کارکنان را تشویق کند که کار را فقط برای پاداش‌های مادی یا پیشرفت شغلی انجام ندهند بلکه برای رضایت شخصی یا برای انجام یک کار خوب انجام دهند (هاشمی و همکاران، ۱۳۹۵، ۱۸۹).

2

ادبیات نظری

الف - مدیریت دانایی

دانایی، دارایی واقعی سازمان‌هایی است که برای حضوری موفق در عرصه پر رقابت جهانی و یکپارچگی سیستم‌ها، ارزش‌ها و منابع سازمانی خود تلاش می‌کنند. مدیریت دانش با ابزارهای فنی و ارزش‌های انسانی چندگانه سر و کار دارد، لذا می‌تواند نشان دهد که چگونه سازمان‌های هوشمند و یادگیرنده می‌توانند فرآیندهای خود را با استفاده از یک رهیافت «دانش‌مدار» مجدداً طراحی نمایند. جوامع علمی و تجاری هر دو بر این باورند که سازمان‌های دانش محور می‌توانند برتری‌های بلندمدت خود را در عرصه‌های رقابتی حفظ کنند. منابع نقد و بررسی و چشم اندازه‌های رقابتی سازمان‌ها نشان دهنده تأثیرات این دیدگاه در عرصه‌های راهبردی سازمان‌های تجاری است (جعفری و همکاران، ۱۳۹۹، ۱۲۰).

مدیریت دانایی تلاش نوین قرن موسوم به عصر دانایی، برای حفظ، هدایت و افزایش هدفمند سرمایه‌ای دانشی سازمان‌ها است و به این اشاره دارد که سرمایه‌گذاری در علم بهترین و بیشترین سود را به بار می‌آورد (قاسم نژاد مقدم، ۱۳۸۶، ۲). مدیریت دانش فرایندی است که به سازمان‌ها یاری می‌دهد تا اطلاعات مهم را بیابند، گزینش، سازماندهی و منتشر کنند. مدیریت دانش تخصصی است که برای فعالیت‌هایی چون حل مشکلات آموختن پویا، برنامه ریزی راهبردی و تصمیم‌گیری ضروری است (بالتازارد و رابرت، ۲۰۱۹، ۷). سازمان ناسا مدیریت دانایی یا مدیریت دانش را چنین تعریف می‌نماید: گرفتن اطلاعات صحیح در زمان صحیح و از افراد صحیح و کمک به کارکنان در جهت خلق، اشتراک دانش و بکارگیری اطلاعات به شیوه‌هایی که عملکرد ناسا و شرکایش را به شکل قابل سنجشی ارتقاء بخشد (کفاش پور و همکاران، ۱۳۹۵، ۳). مدیریت دانایی ناظر بر مجموعه‌ای از فرآیندها است که طی آن جریان دانایی و دانش در یک جامعه به صورت مستمر و فرآیندها هدایت می‌شود (سانتوس و سورماکز، ۲۰۲۰، ۳).

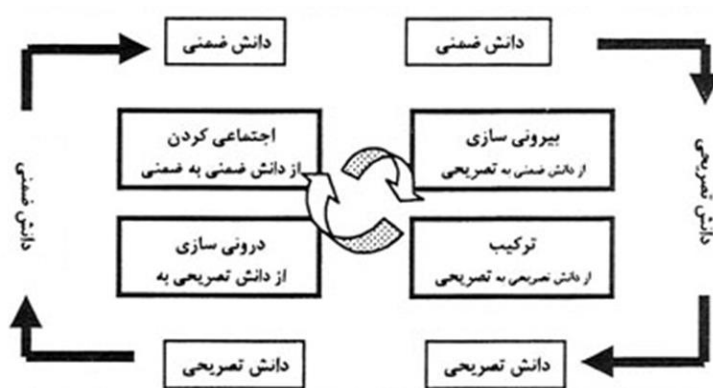
¹ Gyemang and Emeagwali

² Balthazard and Robert

³ Santosus and surmacz



یکی از مطرح‌ترین و اصلی‌ترین مدل‌ها در مدیریت دانایی مربوط به نوناکا و تاکوچی می‌باشد. مدل نوناکا و تاکوچی در سال ۱۹۹۵ تاثیر بسیاری بر مبانی مدیریت دانایی داشته است. مفهوم دانش پنهان و دانش آشکار توسط نوناکا برای طرح‌ریزی نظریه یادگیری سازمانی معرفی شده است. در این تقسیم‌بندی، با توجه به همگرایی بین شکل‌های پنهان و آشکار دانش، آنان مدلی را پایه‌گذاری کرده‌اند که به نام خودشان معروف شده است. این مدل بر خلاف مدل‌های پیشین، تمرکز خود را بر دو نوع دانش آشکار و پنهان مبدول داشته، به نحوه تبدیل آن‌ها به یکدیگر و نیز چگونگی ایجاد آن در تمامی سطوح فردی، گروهی و سازمانی توجه دارد. در این مدل پویا، نحوه استفاده و تبدیل این دو دانش و چگونگی مدیریت دانایی یا دانش در این زمینه، به صورت حرکت مارپیچی (حلزونی) فرآیندی مستمر فرض شده است (نوناکا و تاکوچی، ۱۹۹۵ به نقل از اکرامی و قلمکاری، ۱۳۹۵). در این مدل تولید دانش یک فرایند حلزونی متعامل بین دانش ضمنی و تصریحی است تعاملات این دو نوع دانش منجر به تولید دانش جدید می‌شود. ترکیب این دو گروه درک چهار الگوی تبدیل دانش را ممکن می‌سازد که عبارتند از: اجتماعی کردن، بیرونی کردن، ترکیب و درونی کردن.



شکل ۱ فرایند تبدیل دانش (نوناکا)

هدف و منظور اصلی مدیریت دانایی (دانش) یافتن دانش و تبدیل آن به فرآیندی است که می‌تواند مسائل و مشکلات سازمان یا منافع سازمانی را حل کند (لی و چن، ۲۰۲۰، ۱۲).

ب- حکمت سازمانی

با مطالعه ادبیات مربوط به حکمت (خرد یا فرزانه‌گی) مشخص می‌شود که هر پژوهشی، از دیدگاهی به این سازه پرداخته است؛ به طوری که در فرهنگ‌های مختلف، درک حکمت با یکدیگر متفاوت است. اگرچه هیچگونه توافق کلی درباره تعریف حکمت وجود ندارد (موبرگ، ۲۰۰۱؛ استودینگر و همکاران، ۱۹۹۷)، حکمت، شامل قضاوت‌های ارزشی، استدلال اساسی^۶ (پاسکال- لئون، ۱۹۹۰)، دانش ضمنی^۷ (استرنبرگ، ۱۹۹۸) و دیگر ویژگی‌ها در نظر گرفته می‌شود. به نظر می‌رسد حکمت،

⁴ Nonaka & Takeuchi

⁵ Lee & chen

⁶ Vital reasoning

⁷ Pascal- Leon

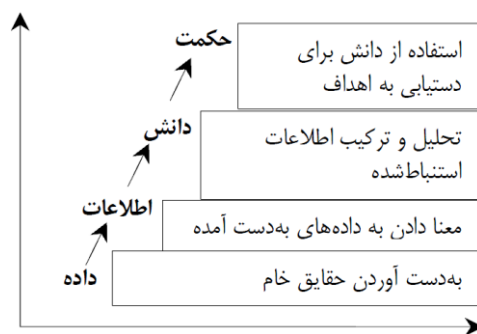
⁸ Tacit knowledge

⁹ Stenberg



مفهومی بسیار گسترده و چندبعدی است. این مفهوم ممکن است صرفاً یک سطح بالاتر از دانش نباشد؛ ممکن است مسیر پیچیده‌ای باشد که افراد باید در آن مسیر عمل کنند (کرامر،^۱ ۲۰۰۰). به نظر می‌رسد در حوزه مفهومی حکمت، دغدغه عمومی یک فرد حکیم، صلاح عموم مردم است (استرنبرگ، ۱۹۹۸؛ کلایتون،^۱ ۲۰۱۳). در نهایت می‌توان گفت حکمت عموماً به عنوان سطح خیلی بالا یا نهایی فهم و کارکرد انسان تعریف می‌شود (بالتس و استودینگر، ۲۰۰۰؛ کرامر، ۲۰۰۰؛ سیورت،^{۱۲} ۲۰۱۰).

برای روشن شدن این موضوع، چارچوبی در شکل شماره ۲ ارائه می‌شود که داده، اطلاعات، دانش و حکمت را متمایز می‌کند و مفهوم حکمت سازمانی را در شناخت اینکه چگونه سازمان می‌تواند بهترین استفاده را از دانش خود بکند، معرفی می‌کند (مرادی، ۱۳۹۴، ۱۸۹).



شکل ۲ چارچوب داده، اطلاعات، دانش و حکمت (بیرلی و همکاران، ۲۰۰۰)

داده‌ها، واقعیت‌های خام اند^{۱۳} (قاسم نژاد مقدم، ۱۳۸۶). آن‌ها را حفظ می‌کنند تا دیگران را تحت تأثیر قرار دهند. اطلاعات، داده‌های پردازش شده، معنادار و مفید هستند. دانش، درک روشن از اطلاعات است. اطلاعات را تحلیل و ترکیب می‌کنند تا قابل فهم شوند. حکمت یا خرد، بیش از این است، عمیق تر، گسترده تر، آشکار، متناقض، مشهود، روشن، مبهم، تجربه شده و خام و بی تجربه، همه به طور همزمان (مله،^{۱۴} ۲۰۱۴، ۶۳۸). حکمت، آشکارا از دانش متمایز شده است. از نظر فلسفه، این دو مفهوم کاملاً قابل تمیز هستند. دانش، شامل داشتن عقیده توجیه شده راستین^{۱۵} است در حالیکه خرد یا حکمت از این دانش در اجرای قضاوت درست، استفاده می‌کند. بنابراین، حکمت، چیزی بیشتر از دانش علمی است. دانش علمی می‌گوید که کارها را چگونه باید انجام داد اما نمی‌گوید که آن‌ها را باید انجام داد یا نداد (شوارتز،^{۱۶} ۲۰۱۱، ۵). مطالعات خرد سازمانی (حکمت سازمانی) در دهه اخیر نشان داده که سازمان‌هایی خردمند شناخته می‌شوند که بتوانند دانش را به بهترین نحو کسب و مدیریت نمایند. از این رو مدیریت دانش مفهومی کلیدی در ادبیات حکمت سازمانی محسوب می‌گردد (رونی و همکاران، ۲۰۲۱).

¹ Kramer	0
¹ Clayton	1
¹ Ciyoret	2
¹ Raw Facts	3
¹ Mele, D.	4
¹ Justified true belief	5
¹ Schwartz, Barry	6
¹ Rooney	7



محققان برای توضیح اهمیت و ضرورت خرد و حکمت سازمانی، به دو ویژگی مهم انسان و سازمان اشاره می‌کنند: ویژگی اول اینکه سازمان‌ها، در محیطی قرار دارند که عدم قطعیت‌های بسیاری در آن وجود دارد، دوم اینکه به آن‌ها تأکید می‌شود که، دانش و اطلاعات موجود در خود را شناخته و بر اساس آن‌ها، فرایندهای سازمانی خود را انجام دهند (انتظاری و پاولین،^۱ ۲۰۱۴). جدول شماره ۱ این عوامل کلیدی و ویژگی‌های مربوط به آن را ارائه می‌کند. عواملی که شامل منابع انسانی (مدیران، و سازمان‌ها)، دانش (تصمیم‌گیری و اقدام)، محیط اطراف (دنیای کسب و کار و تعامل با مدیران و سازمان‌های دیگر) می‌شود.

جدول ۱ عوامل ضروری در خصوص توجه به حکمت سازمانی در هزاره سوم (انتظاری و پاولین، ۲۰۱۴)

ویژگی	فاکتورهای اصلی سازمان
محیط	غیر قابل پیش بینی بودن و عدم قطعیت محیط
منابع انسانی	ناسازگاری و محدودیت‌های شناختی
دانش	میزان خطاپذیری که از اتکای بیش از حد به دانش، اطلاعات و تجربیات گذشته ناشی می‌شود.

همچنین براساس تعریف براون^۹ (۲۰۰۳)، خرد و حکمت از نظر وی دارای شش بعد است:

۱. خودشناسی: شامل توسعه و اتکا بر مرکز درونی موفقیت و توانایی حفظ اعتبار شخصی در محتواهای مختلف؛ درک عمیقی از ارزش‌های هدایت کننده، استعدادها، علایق، هویت‌های چندگانه و اخلاقیات همچنین اطمینان و خودکارآمدی شخصی.
۲. درک دیگران: درک عمیق از طیف گسترده‌ای از افراد در محتواهای مختلف فردی، گروهی و سیستمی. توانایی درگیر شدن آن‌ها، قابلیت درک آن‌ها، توجه اصلی در یادگیری در مورد آن‌ها، و تمایل به کمک آن‌ها.
۳. قضاوت: توانایی جذب، یکپارچگی، و پذیرش اطلاعات زندگی فرد.
۴. دانش زندگی: ادراک متداول فرد، روشنفکر بودن و درک واقعیت‌های زندگی.
۵. مهارت‌های زندگی: تخصص در تعادل بین نقش‌های چندگانه، اداره‌ی امور روزانه، پیش بینی مشکلات، غلبه کردن بر موانع، داشتن ابزارهای عملی و استراتژی‌های برخورد با محتوای چندگانه زندگی.
۶. تمایل به یادگیری: اعتماد به آنچه فرد می‌داند، و تداوم باز بودن و علاقه به یادگیری (براون، ۲۰۰۲).

ج- فضیلت سازمانی

فضیلت به معنای لغوی آن یعنی برتری، مزیت، فزونی در معرفت و دانش، صفت نیکو، پاک دامنی بزرگی و بهتری است (حجازی فر و باقری کنی، ۱۳۹۱، ۸۳). مفهوم فضیلت اشاره به شایستگی‌های اخلاقی فطری دارد (هسل، ۲۰۱۳: ۱۰۱) که از طریق فعالیت‌های انسانی منجر به بهبود اخلاق اجتماعی می‌شود (مصطفوی، ۱۳۹۴، ۱۲).

¹ Intezari & Pauleen

¹ Brown

² Hessel



از نظر محققان مختلف فضیلت دارای مزایای فردی و سازمانی بسیاری است. به کارکنان کمک می‌نماید تا هر چه بیشتر و سریع‌تر به سمت کمال رشد نمایند (اورهولسر، ۲۰۰۹، ۲۰۰). دربرگیرنده عواطف، احساسات، رفتار و روانشناسی انسانی است و به کارکنان در مواجهه با چالش‌ها نیروی مضاعفی می‌دهد (سلینگمن، ۲۰۰۲، ۱۷۴)، و همچنین اشاره به تمایلات و آرزوهای متعالی انسان‌ها دارد (بریگت، ۲۰۱۶^۲، ۱۰۲).

در یک مفهوم دیگر فضیلت سازمانی بدین معنی است که سازمان جهت‌گیری مثبتی در خصوص فضیلت دارد و فضیلت سازمانی انگیزه اصلی این سازمان‌های مثبت‌نگر می‌باشد که این به نوبه خود منجر به افزایش رفاه و سلامتی کارکنان و متعاقباً تسهیل بهبود سازمانی می‌شود (هسل، ۲۰۱۳، ۸۸) در این راستا ارزش‌های سازمانی، مدیریت منابع انسانی و رهبری (زامهانی و همکاران، ۲۰۱۳، ۲۰۸) راه‌های مهم تجسم فضیلت سازمانی هستند (خیا و وژنگ، ۲۰۱۳^۵، ۲۳۷) فضیلت سازمانی منجر به بهبود سلامتی جسمی و روانی کارکنان می‌شود. سلامتی و داشتن انرژی مثبت نیز به نوبه خود پایبندی کارکنان را افزایش می‌دهد و از ترک خدمت آن‌ها جلوگیری می‌کند (گران و همکاران، ۲۰۰۷، ۱۹۹).

به طور کلی محققان و اندیشمندان بسیاری بر اینکه مفهوم فضیلت سازمانی باید به یکی از موضوعات تحقیقاتی مدیریت در دنیا تبدیل شود تاکید کرده‌اند و دلایل مهمی برای احیای اخلاق فضیلت محور برشمرده‌اند (پارک و پترس، ۲۰۰۳^۷؛ مور و بادل، ۲۰۰۶^۸؛ گاوین و ماسون، ۲۰۰۴^۹).

محققان ابعاد مختلفی برای فضیلت سازمانی مطرح کرده‌اند؛ اما شناخته شده‌ترین نظریه در این خصوص، نظریه کامرون و همکاران (۲۰۰۴) می‌باشد که پنج بعد برای فضیلت سازمانی مطرح می‌کند که عبارتند از:

۱. خوش بینی سازمانی: به معنی حس کردن هدف ژرف و عمیقی است که واکنش‌ها را هدایت می‌کند؛ کارکنان سازمان انتظار موفقیت و عملکرد خوب سازمان در مواجهه با چالش‌ها را دارند.
۲. اعتماد سازمانی: به معنای حاکم بودن احترام و توجه مدیران به کارکنان در سازمان می‌باشد.
۳. ترحم و دلسوزی سازمانی (شفقت): به این معناست که کارکنان به یکدیگر توجه دارند و ابراز همدردی در بین آن‌ها شایع است
۴. امانت سازمانی (صداقت): به معنی شایع و گسترده بودن راستی، درستی و صداقت در سازمان است
۵. بخشندگی (بخشش) سازمانی: به این معنی است که اشتباهات، صادقانه با عذرخواهی پذیرفته می‌شود و به عنوان فرصت‌هایی برای یادگیری در زمینه‌های استانداردهای بالای عملکرد به آن نگریسته می‌شود (کامرون، ۲۰۰۴، به نقل از نجف بیگی و همکاران، ۱۳۹۳).

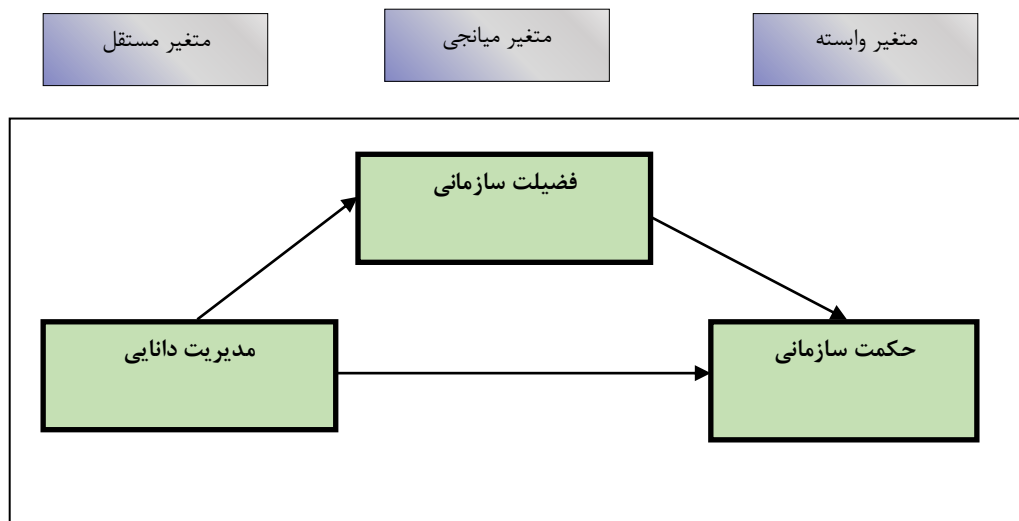
با توجه به مطالب بیان شده، حال پژوهشگر درصدد پاسخگویی به این سوال و مسئله است که چه تاثیری مدیریت دانایی بر حکمت سازمانی با نقش تعدیلگری فضیلت سازمانی در شرکت نفت استان آذربایجان شرقی دارد؟
با توجه به ادبیات نظری تحقیق و مطالب بیان شده، که بررسی تاثیر مدیریت دانایی دارد، می‌توان مدل مفهومی به شرح شکل شماره ۳ برای این تحقیق ترسیم کرد.

2 Overholser
2 Seligman
2 Bright
2 Zamahani
2 Xia & Weizheng,
2 Grant
2 Park & Peterson
2 Moor & Beadle
2 Gavin & Mason

1
2
3
4
5
6
7
8
9



شکل ۳ مدل مفهومی تحقیق



7

فرضیه های تحقیق

هر تحقیقی بدنبال هدف یا اهدافی است که محقق بدنبال آن است. در این میان در راستای اهداف تحقیق، برای انجام آزمونهای لازم محقق فرضیه سازی می نماید و بدنبال آزمایش فرضیه هایت. در این تحقیق نیز محقق فرضیه های زیر را تدوین و بدنبال بررسی آنهاست:

فرضیه اصلی: مدیریت دانایی بر حکمت سازمانی با نقش تعدیلگری فضیلت سازمانی در شرکت نفت استان آذربایجانشرقی تاثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه های فرعی:

۱. مدیریت دانایی بر حکمت سازمانی در شرکت نفت استان آذربایجانشرقی تاثیر مثبت و معناداری دارد.
۲. مدیریت دانایی بر فضیلت سازمانی در شرکت نفت استان آذربایجانشرقی تاثیر مثبت و معناداری دارد.
۳. حکمت سازمانی بر فضیلت سازمانی در شرکت نفت استان آذربایجانشرقی تاثیر مثبت و معناداری دارد.

روش شناسی تحقیق

تحقیق حاضر براساس هدف از نوع تحقیقات کاربردی است، اما بر اساس روش انجام از نوع تحقیق توصیفی- پیمایشی است. داده‌های مربوطه به منظور تهیه و تدوین مبانی نظری و بررسی سوابق تحقیق از روش کتابخانه‌ای استفاده شده است، همچنین جهت جمع‌آوری اطلاعات به منظور سنجش و رتبه بندی شاخص‌ها از روش میدانی بهره‌گیری شده است. جامعه آماری را در شرکت نفت استان آذربایجانشرقی با ۱۸۰ پرسنل واقع در شهر تبریز تشکیل می دهند که با استفاده از جدول کرجسی- مورگان در سطح خطای ۵ درصد، تعداد ۱۱۸ نفر به عنوان نمونه انتخاب گردید.



ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه استاندارد می باشد که برای مدیریت دانش از پرسشنامه نوناکا و تاکوچی توسط سلطان حسینی و موسوی (۱۳۹۱) با ۲۶ گویه و حکمت سازمانی از پرسشنامه استاندارد مرادی (۱۳۹۴) با ۳۴ گویه و فضیلت سازمانی کامرون و همکاران (۲۰۰۴) با ۱۵ گویه استفاده گردیده است.

برای بررسی رابطه متغیرها از آزمونهای همبستگی استفاده شده است از همبستگی پیرسون و نیز برای بررسی تاثیر متغیرهای از رگرسیون خطی که این امر با کمک نرم افزار SPSS انجام شده است و برای بررسی تاثیر هر سه متغیر با هم از روش تحلیل مسیر با کمک نرم افزار AMOS انجام گرفته است.

یافته‌های تحقیق

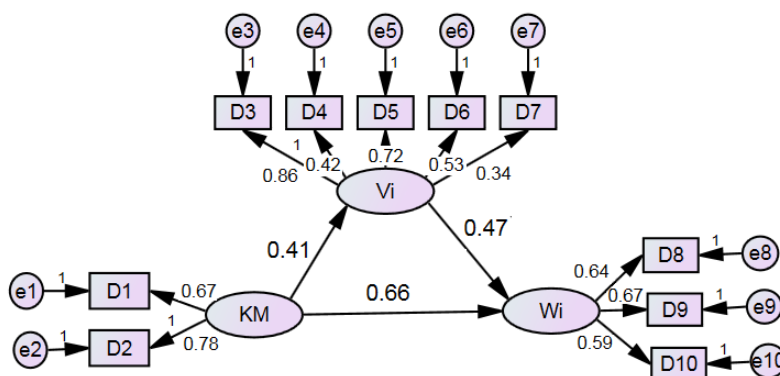
با توجه به اهداف تحقیق، فرضیه متناسب با هدف اصلی بشرح زیر می‌توان نوشت:

H_0 : مدیریت دانایی بر حکمت سازمانی با نقش تعدیلگری فضیلت سازمانی در شرکت نفت استان آذربایجان شرقی تاثیر مثبت و معناداری ندارد.

H_1 : مدیریت دانایی بر حکمت سازمانی با نقش تعدیلگری فضیلت سازمانی در شرکت نفت استان آذربایجان شرقی تاثیر مثبت و معناداری دارد.

شکل ۴ خروجی نرم افزار را برای فرضیه مزبور نشان می‌دهد. در اینجا مدیریت دانایی دارای دو بعد دانش تصریحی و ضمنی، حکمت سازمانی دارای سه بعد (دانش، منابع انسانی و منابع انسانی) و فضیلت سازمانی دارای ۵ بعد (خوش بینی سازمانی، اعتماد سازمانی، ترحم و دلسوزی، امانت سازمانی و بخشندگی) می‌باشد.

8



شکل ۴- آزمون تحلیل مسیر برای فرضیه اول



توضیح اینکه، تحلیل مسیر زویش آماری تعمیم یافته از رگرسیون خطی است که در آن به بررسی اثرات متغیر (متغیرهای) مستقل و متغیر (متغیرهای) وابسته پرداخته می‌شود. شاخص‌های خوب بودن برازش مدل در تحلیل مسیر، آزمون کای دو و شاخص RMSEA می‌باشند. بهترین شاخص مناسب، نسبت مقدار آماره کای دو به درجه آزادی آن می‌باشد؛ یعنی

هر چه این نسبت کوچکتر از ۳ باشد مدل دارای برازش و تناسب بهتری است، در اینجا برابر با ۰,۲۳ می‌باشد. شاخص

RMSEA، همان میانگین مجذور خطاهای مدل است. این شاخص بر اساس خطاهای مدل ساخته می‌شود. حد مجاز این شاخص، مقدار ۰,۸ است. اگر مقدار RMSEA زیر ۰,۸ باشد، قابل قبول است و اگر زیر ۰,۵ باشد خیلی خوب است. از آنجا که مقدار شاخص RMSEA (میانگین مجذور خطاهای مدل) از ۰/۸ کمتر بوده (برابر ۰,۰۷) مدل دارای برازش قابل قبولی می‌باشد. این بیانگر آنست که روابط تنظیم شده بین متغیرها بر اساس مبانی نظری تحقیق، منطقی بوده است.

مقدار P-Val ue نیز برابر صفر و کمتر از ۰,۰۵ می‌باشد (سطح خطای مورد قبول) که مقادیر بدست آمده قابل قبول می‌باشد، عبارت کامل تر میزان تاثیر مدیریت دانایی بر حکمت سازمانی برابر ۰,۶۶ و به فضیلت سازمانی برابر ۰,۴۱ می‌باشد و این ارتباط معنادار و مثبت می‌باشد. پس فرض H رد می‌شود و H_۱ مورد تایید می‌باشد.

اهداف فرعی: برای آزمون سه هدف فرعی که بررسی تاثیر دو به دو متغیرها می‌باشد از آزمون رگرسیون خطی با اطمینان ۹۵ درصد با کمک نرم افزار SPSS گرفته شد که نتایج آن بشرح جدول شماره ۳ و ۲ می‌باشد.

9

جدول ۲ نتایج آزمون همبستگی پیرسون برای فرضیه‌های فرعی

متغیر اول	متغیر دوم	میانگین رابطه (r)	خطای بدست آمده	نتیجه
مدیریت دانایی	حکمت سازمانی	۰,۷۱	۰,۰۰۰	تایید ارتباط
مدیریت دانایی	فضیلت سازمانی	۰,۴۹۲	۰,۰۱	تایید ارتباط
حکمت سازمانی	فضیلت سازمانی	۰,۴۳۵	۰,۰۰۰	تایید ارتباط

جدول ۳ نتایج رگرسیون خطی برای آزمون فرضیه‌های فرعی

متغیر اول	متغیر دوم	ضریب رگرسیون b (مقادیر غیراستاندارد)	SEخطای استاندارد	ضریب رگرسیونی استاندارد	مقدار t	سطح معنی داری	نتیجه آزمون
مدیریت دانایی	حکمت سازمانی	۰,۶۵۷	۰,۱۸۹	۰,۱۳۶	۱۶,۳۲۵	۰,۰۰۰	تایید فرضیه

³ path analysis



2nd International Conference in Management & Industry

28 January 2022 - Georgia

مدیریت دانایی	فضیلت	۰.۴۰۸	۰.۱۳۳	۰.۵۳۳	۱۰.۸۳۴	۰.۰۰۰	تایید فرضیه
حکمت سازمانی	فضیلت	۰.۴۵۸	۰.۱۷۶	۰.۳۶۱	۳.۶۶۹	۰.۰۰۰	تایید فرضیه

نتایج نشان می‌دهد که با اطمینان ۹۵ درصد فرضیه‌های فرعی سه گانه مورد تایید قرار دارد و متغیرهای دو به دو بر همدیگر تاثیر می‌گذارند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

امروزه سازمان‌ها، به دلیل ماهیت عصری که در آن به سر می‌برند، تفاوت‌های بسیار زیادی را با سازمان‌های گذشته دارند. ویژگی برجسته سازمان‌های قرن بیست و یکم، مسئولیت‌پذیری، خودگردانی، خطرپذیری و ناپایداری است. شاید محیط آینده، محیط آرامی نباشد، اما محیط بسیار انسانی است (صادقی و همکاران، ۱۳۹۵، ۵۳). تئوری‌ها و تحقیقات رهبری باوجود اهمیت برای سازمان‌ها، گذشته طولانی دارند، ولی اخیراً بیان نقش رهبری در مدیریت دانایی شروع شده است. در این تحقیق نیز هدف بررسی تاثیر مدیریت دانش بر حکمت سازمانی بواسطه فضیلت سازمانی می‌باشد. با توجه به تحلیل‌های انجام گرفته و خروجی نرم افزار در این تحقیق، خلاصه نتایج بشرح جدول ۴ می‌باشد.

جدول ۴- نتایج کلی تحقیق

فرضیه	عنوان	نتیجه آزمون
اصلی	مدیریت دانایی بر حکمت سازمانی با نقش تعدیلگری فضیلت سازمانی در شرکت نفت استان آذربایجان شرقی تاثیر مثبت و معناداری دارد.	تایید فرضیه
فرعی ۱	مدیریت دانایی بر حکمت سازمانی در شرکت نفت استان آذربایجان شرقی تاثیر مثبت و معناداری دارد	تایید فرضیه
فرعی ۲	مدیریت دانایی بر فضیلت سازمانی در شرکت نفت استان آذربایجان شرقی تاثیر مثبت و معناداری دارد	تایید فرضیه
فرعی ۳	حکمت سازمانی بر فضیلت سازمانی در شرکت نفت استان آذربایجان شرقی تاثیر مثبت و معناداری دارد	تایید فرضیه

در نهایت در جهت هدف تحقیق پیشنهادات زیر ارائه می‌گردد:

- ✓ بهسازی منابع انسانی سازمان از طریق گوناگون و متنوع (همچون اعطای فرصت‌های تجربه‌پذیری و پژوهشی به کارکنان سازمان، دوره آموزشی کارگاهی، تشویق کارکنان به حضور در دوره‌های بلندمدت دانشگاهی در زمینه‌های موردنیاز سازمان و...) بهترین رویکرد برای جذب و بکارگیری دانایی و دانش نماید.
- ✓ مدیران بالا رده شرکت باید در نظر داشته باشند که تمایل کارکنان باتجربه برای اشتراک‌گذاری تجارب و دانش ارزشمندشان، به‌شدت تحت تأثیر سبک رهبری و مدیریت آنان به‌ویژه سیستم حقوق و مزایا و سیستم مدیریت انگیزش است.



- ✓ فراهم آوردن امکانات بازخورد مناسب و مرتب برای کارکنان و آگاهی کارکنان از میزان تأثیر کار آن‌ها بر موفقیت یا عدم موفقیت کل سیستم و سازمان.
- ✓ یکی از مؤلفه‌های تأثیرگذار بر سازمان حکمت محور، دانش و یادگیری است. دانش لازمه حکمت است و تا دانش و یادگیری نباشد نمی‌توان انتظار حکمت داشت؛ براین اساس، پیشنهاد می‌شود به این نکته در شرکت نفت توجه شود. به طوری که افراد، به دنبال دانش و دانش افزایی باشند؛
- ✓ مدیران و مسئولین در شرکت، علم و عمل را با یکدیگر ترکیب نمایند و از آنچه که سخن می‌گویند و بحث می‌کنند در عمل نیز طبق آن رفتار کنند و اجرایی نمایند (حکمت عملی)؛
- ✓ مدیران و مسئولین شرکت باید روحیه خوش‌بینی را در دبیران تقویت نمایند. باید این احساس را در کارکنان ایجاد نمایند که هر چقدر هم که کارها چالشی‌تر و دشوارتر شود، آن‌ها موفق خواهند شد. البته خوش‌بینی واقع‌گرا و انعطاف‌پذیر مدنظر است؛
- ✓ تقویت ارزش‌هایی مانند انصاف، عدالت، نوع‌دوستی، تعهد و احساس مسئولیت در میان پرسنل موجب می‌شود که کارکنان و مدیران حقوق یکدیگر را رعایت کنند، بدین ترتیب، فضیلت سازمانی گذشت، خوش‌بینی، صداقت، شفقت و اعتماد محقق می‌شود.

منابع و مآخذ

- اکرامی، محمود و قلمکاری، مهان، ۱۳۹۵، ارائه مدل توسعه کارآفرینی بر پایه مدیریت دانش، مدیریت توسعه و تحول، شماره ۲۴، صص ۳۳-۴۳.
- باقرزاده هوشمندی، کمال و یوسف زاده، مهدی، ۱۳۹۶، ارتباط بین سبک تصمیم‌گیری مدیران و خرد سازمانی، دومین کنفرانس بین‌المللی نقد و واکاوی مدیریت در هزاره سوم، مرداد ماه، تهران.
- حجازی فر، سعید و باقری کنی، صباح الهدی، ۱۳۹۱، فضیلت‌های محوری در سازمان‌های فضیلت‌مدار، اسلام و پژوهش‌های مدیریتی، سال اول، شماره سوم، صص ۱۱۷-۱۴۳.
- جعفری، سلمان؛ محرم زاده، مهرداد و صادق پور، عباس، ۱۳۹۹، تدوین مدل ارتباطی فرهنگ سازمانی و اثر بخشی مدیریت دانش با نقش واسطه‌ای هوش سازمانی (مورد مطالعه: دبیران تربیت بدنی)، پژوهش در ورزش تربیتی، شماره ۱۹، صص ۱۱۵-۱۴۰.
- رحیمی، مجتبی، ۱۳۹۹، نقش واسطه‌ای چابکی سازمانی در رابطه بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی در بین کارکنان شهرداری منطقه ده شیراز، پژوهش‌های کاربردی در مدیریت و حسابداری، شماره ۲۰، صص ۲۳-۳۳.
- قاسم نژاد مقدم، نیما، ۱۳۸۶، مدیریت دانش رمز ماندگاری سازمان‌ها در عصر جدید، همایش ملی مدیریت دانش، دانشگاه آزاد اسلامی.
- مرادی، مرتضی، ۱۳۹۴، ارائه یک مدل سازمان حکمت محور در ادارات دولتی، مدیریت دولتی، دوره ۷، شماره ۱، صص ۱۸۵-۲۰۹.
- مصطفوی، مهدی، ۱۳۹۴، بررسی تأثیر فضیلت سازمانی بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک قوامین استان سمنان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شاهرود، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
- هاشمی، سید احمد، ۱۳۹۵، بررسی رابطه‌ی بین مدیریت دانش و حکمت با نقش واسطه‌گری فرهنگ سازمانی در دانشگاه آزاد اسلامی واحد لامرد، فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، دوره ۵، شماره ۲۰، صص ۱۱۱-۱۲۸.



نجف بیگی، رضا؛ موسی‌خانی، مرتضی؛ دانشفرد، کرم‌الله، دلاور، علی و همراهی، مهرداد، ۱۳۹۳، طراحی الگوی مطلوب جهت ارتقاء فضیلت سازمانی در سازمان‌های دولتی ایران، پژوهش‌های مدیریت عمومی، شال هفتم، شماره ۲۴، صص ۴۷-۶۶.

- Balthazard, Uh. and Robert, K. (2019). Organizational intelligence and knowledge management (thinking outside the silos), the executive perspective. Retrieved from www.karlalbrecht.com.
- Bierly, P. E., Kessler, E. H., and Christensen, E. W., (2000), "Organizational learning, knowledge and wisdom", *Journal of Organizational Change Management*, 63 (1), 171-160.
- Bright, D. (2016), Dialogue , Virtuousness is Necessary for Genuineness in Corporate Philanthropy, *Academy of Management Review*, N 31, PP: 751-754.
- Brown, S. (2002), The wisdom development scale, *Journal of College student development*, 47, 1-19.
- Cameron, K. (2004), Explorin The Relationship Between Organizational Virtuousness and Performance, *Am Behave Sci*, 2004, 47, pp: 1-24.
- Ciyoret, T. (2010), The measurement of wisdom: A preliminary effort. *Journal of Community Psychology*, 29 (5), 1-19.
- Clayton, V. (2013)., "Wisdom and intelligence: the nature and function of knowledge in later years", *International Journal of Aging and Human Development*, 15(4), 315-321
- Gavin, J, Mason, R(2004), The Virtuous Organization: The Value of Happiness in the Workplace, *Organizational Dynamics*, Vol 33, No 4, pp: 379-392.
- Grant, A, Christianson, M, Price, R(2007), "Happiness, Health or Relationship?, Managerial Practices and Employee Well-Being Tradeoffs", *Academy of Management Perspectives*, N 21, PP: 51-63.
- Gyemang, M. and Emeagwalim O. (2020), The roles of dynamic capabilities, innovation, organizational agility and knowledge management on competitive performance in telecommunication industry, *Management Science Letters*, no 10, Pp 1533-1542.
- Hessel, I. (2013), "Developing A Virtuos Aspect of Leadership: A Case Study of the Virtuous Projects Approach to Leadership Development", Master Thesis in Education, Department of Educational Research, University of Oslo.
- Intezari, A., & Pauleen, D. J. (2014), Management Wisdom in Perspective: Are You Virtuous Enough to Succeed in Volatile Times?. *Journal of business ethics*, 120(3), 393-404.
- Kramer, D. A., (2001), "Conceptualizing wisdom: affect-cognition. In R. J. Sternberg (Ed.), *Wisdom: Its nature, origins, and development*", pp. 977-363, Cambridge: Cambridge University Press.
- Lee, CT. and Chen, H. (2020), Knowledge management Using Fuzzy Logic, *International Journal of Production Economics*, no 5, Pp 353-365.
- Mele, Domenec, (2010), "Practical wisdom in managerial decision making", *Journal of Management Development*, 29 (7/8), 137-141.
- Moberg, D. J., (2001), "The next phase of business ethics: Research in ethical issues in organizations", Ukraine: Elsevier Science / JAI press.
- Moor, G, Beadle, R(2006), "In Search of Organizational Virtue in Business: Agents, Goods, Practices, Institutions and Environments", *Organization Studies*, N 27, PP: 369-389.
- Nonaka, I, Takeuchi, H., (1995), *The Knowledge Crating Company*, Oxford UK: Oxford University press.
- Overholster, J(2009), "Elements of the Socratic Method: Promoting Virtue in Everyday Life", *Psychotherapy*, N 36: PP: 137-145.
- Park, N, Peterson, c(2003), "Virtue and Organizations", *Positive Organizational Scholarship: Foundation of New Discipline*, Barrett- Koehler, San Francisco, pp: 33-47.
- Pascual-Leone, J., (1990), "Wisdom: toward organismic processes", In R. J. Sternberg (Ed.), *Wisdom: Its nature, origins, and development*, pp. 944-970, Cambridge: Cambridge University Press.
- Rooney, D., McKenna, B., & Liesch, P. (2021). *Wisdom and management in the knowledge economy*. New York: Routledge.



- Schwartz, Barry, (2011), "Practical wisdom and organizations", *Research in Organizational Behavior*, 36, 83-93.
- Seligman, M(2000), *Positive Psychology: An Introduction*, *American Psychologist*, N 55, pp: 5-14.
- Sternberg, R. J. (1998). A balance theory of wisdom. *Review of General Psychology*, 2(4), 347-365.
- Staudinger, U. M., Lopez, D. F., & Baltes, P. B., (1997), "The psychometric location of wisdom-related performance: intelligence, personality, and more", *Personality and Social Psychology Bulletin*, 3(6), 988-964.
- Xia, L, Weizheng, C(2013), "The Concept and Realization of Organizational Virtuousness", *Orient Academic Forum*, Management School of Southwest University of Nationalities, Chengdu.
- Zamahani, M, Ahmadi, A, Sarlak, M, Shekari, H(2013), "Virtuous Organization: A Structural Equation Modeling Approach", *Management Science Letters*, N 3, PP: 647-654.