

بررسی رابطه بین استراتژی های مدیریت دانش و بهره وری سازمانی (مطالعه موردی: سازمان های دولتی استان هرمزگان)

طیب دهقانی^۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۲/۰۱ تاریخ چاپ: ۱۴۰۳/۰۳/۰۲

چکیده

ما در عصر اطلاعات و دانش زندگی می کنیم، روزگاری که دیدگاه «دانش قدرت است» جای خود را به «اشتراک دانش قدرت است داده است» عصری که بزرگان آن معتقدند با اهمیت ترین سرمایه های سازمان کارکنان هوشمند و دانای آن هستند که با اشتراک دانش خود به مثابه سرمایه های دانایی و با خلق فرآیند های سازمانی نوین، فناوریهای جدید و... سازمانشان را به مزیتی رقابتی رهنمون میسازند. این پژوهش در صدد است با توجه به اهمیت تولید استراتژی های دانش در مسیر موفقیت سازمان ها، به نقش و جایگاه انواع استراتژی های دانش و ارتباط آن با مسئله مهم بهره وری بعنوان یک شاخص کلیدی عملکرد پردازد.

واژگان کلیدی

دانش، استراتژی، بهره وری

1. Ph.D, human resource management, Member of the National Elite Foundation.

مقدمه

امروزه همگان باور دارند که سازمانها، برای بقا در محیط های پیچیده و پویا و برای اینکه بتوانند در دنیای رقابت حضور مستقر و پایدار داشته باشند، باید بینش روشنی از سرمایه دانشی خود داشته باشند، زیرا هر سازمانی، چه کوچک، چه بزرگ تا آنجایی زنده بوده و رونق خواهد داشت که از سرمایه دانشی خودو اینکه چگونه این سرمایه را برای رویارویی با مشکلات محیط کسب و کار استفاده کند بینش مناسبی داشته باشد. (آلن و همکاران، ۲۰۲۰).

مدیریت دانش فرآیند سازمان دهی شده و نظام مند ایجاد و انتشار اطلاعات، انتخاب، چکیده سازی و گسترش ضمنی و صریح برای ایجاد ارزش منحصر به فرد است که سازمان میتواند از آن به مثابه یکی از دستاورد های علمی نوین برای دستیابی به مزیت در بازار استفاده کند. مدیریت دانش یکی از ابزارها برای مقابله با مسایل جاری سازمان محسوب میشود. بهره وری از عواملی است که دوام و بقای سازمان ها را در دنیای پر رقابت فعلی تضمین می کند، حاکم شدن فرهنگ بهره وری، موجب استفاده از کلیه امکانات مادی و معنوی سازمان ها می شود و دائماً توان، استعدادها و امکانات بالقوه سازمان شکوفا می گردد و بدون اضافه کردن تکنولوژی و نیروی انسانی جدید می توان از امکانات، شرایط، توان و قابلیت های نیروی انسانی موجود با خاصیت زایشی موجود و خلاقیت جهت تحقق هدف های سازمان حداکثر بهره را برد. بهره وری مطلوب با تغییر ساختارها، اضافه کردن تکنولوژی، تدوین دستور کار و صدور بخشنامه حاصل نمی شود، بلکه انسان محور هر نوع بهره وری فردی _ اجتماعی و سازمانی است؛ بنابراین باید بیشترین توجه و برنامه ریزی در بهره وری سازمان متوجه عوامل انسانی بشود. نیروی انسانی به عنوان استفاده کننده و بکار گیرنده سایر عوامل تولید و نقطه شروع فعالیت های سازمانی، نیازمند تامل بیشتر است. بدین لحاظ کمیت و کیفیت نیروی انسانی در سازمان ها تاثیر قابل ملاحظه ایی بر بهره وری سازمان ها خواهد داشت.

ادبیات پژوهش

اساسی ترین مشخصه سازمان های هوشمند حاضر در قرن ۲۱ تاکید بر دانش و اطلاعات است. برخلاف سازمان های گذشته، سازمان های امروزی دارای فناوری پیشرفته بوده و نیازمند تسخیر، مدیریت و بهره برداری از دانش و اطلاعات بمنظور بهبود کارایی، مدیریت و پیگیری تغییرات پایان ناپذیر هستند. دانش ابزار قدرتمندی است که می تواند تغییرات را در جهان بوجود آورد و نوآوری را ممکن سازد (سبحانی، ۱۳۸۷).

دانش مفهومی فراتر از اطلاعات است، اطلاعات حاصل سازماندهی داده ها به شکلی معنی دار است ولی دانش نتیجه تعبیر اطلاعاتی مبتنی بر فهم شخصی است که تحت تاثیر شخصیت و خصوصیات دارنده آن قرار می گیرد. به بیان دیگر دانش فرآیندی است که طی آن سازمان به ایجاد ارزش از دارایی های فکری و دانش محور خود می پردازد (عالم تبریز، ۱۳۹۹). در واقع این دانش است که به منبعی حیاتی و نوعی مزیت رقابتی برای سازمان ها تبدیل شده است و از آن جا که هر منبع نیازمند مدیریت می باشد، دانش نیز به مدیریت نیازمند است؛ اما متأسفانه این منبع ارزش آفرین در اکثر سازمان ها به دلیل فقدان ساز و کاری که کارکنان را از یک سو مجبور به مستند نمودن تجارب و دانایی کاری خود نماید و از سوی دیگر علوم روز مرتبط با مشاغل حرفه ای آنها را بمنظور اجرای نقش ها و وظایف مختلف در اختیارشان قرار دهد، نادیده گرفته شده است؛ بنابراین اغلب کارکنان بویژه مدیران از رویه ها، تجارب و دانش فرسوده و خارج از رده خود استفاده نموده و بهروز نمودن دانش بعلت عدم وجود استراتژی مدیریت دانش امکان پذیر نبوده و رواج چندانی ندارد (رادینگ، ۲۰۲۰)؛ که با این اوصاف نقش خالی استراتژی مدیریت دانش بعنوان استراتژی ی ارزش آفرین

در سازمان ها بیش از پیش احساس می گردد. چرا که امروزه در اقتصادهای نوین، ارزش یک سازمان برخلاف سازمان های قدیمی بر اساس دارایی های ناملموس آن سنجیده می شود و نقش سرمایه های مشهود در ایجاد ارزش برای سازمان ها کم رنگ تلقی می گردد (الوانی، ۱۳۸۳). با تکیه بر این دیدگاه یکی از دارایی های نامشهود سازمان های امروزی، تکیه بر سرمایه های دانشی آنها می باشد. در این راستا بمنظور بهره برداری از ارزش بالای دانش، راه حل هایی ارائه گردیده و استراتژی مدیریت دانش بعنوان رویکردی نوین برای بهره برداری و توسعه دارایی های غیر ملموس سازمان ها معرفی شده است (قلی زاده و همکاران، ۱۳۹۹).

استراتژی مدیریت دانش به مجموعه از اصول راهنمایی که تصمیمات یک سازمان در خصوص کسب، ذخیره، دستکاری و استفاده از پایه دانشی اش را شکل می دهد اطلاق می گردد یا به تعبیری دیگر استراتژی مدیریت دانش مجموعه ای از فرایندها برای فهم و بکارگیری منبع استراتژی ی دانش در سازمان است که به منظور تامین نیازها و اهداف سازمان لحاظ می گردد. پس مدیریت دانش با اتکا به تدوین استراتژی مدیریت دانش، مهمترین منبع ارزش آفرین و برنامه ریزی شده برای سازمان هاست که تعیین کننده ی رقابت در اقتصاد دانشی می باشد. بر این اساس استراتژی مدیریت دانش به بهتر شدن تصمیم گیری، افزایش بهره وری، کیفیت خدمات، بهتر انجام دادن کارها، آسان تر نمودن ورود به انواع بازارها، افزایش نوآوری، افزایش سهم بازار، افزایش توانایی یادگیری، انطباق کارکنان با محیط، افزایش هماهنگی در سازمان، یادگیری مستمر فردی و تبدیل آن به سازمان یادگیرنده کمک می کند (داونپورت و پراساک، ۲۰۲۰) و به تناسب مزایای مطرحه در صورتی که یک سازمان نتواند استراتژی های مدیریت دانشی مناسبی در جهت بالفعل ساختن مدیریت دانش در سازمان بکار گیرد بتدریج با انباشت اطلاعات و دانش های فرسوده ای روبرو می گردد که علاوه بر عدم کارایی آن، سازمان را در رسیدن به بهره وری یاری نمی رساند.

بهره وری موضوعی است که همواره در اکثر سازمانهای جهان، مدیران و رهبران سازمانی در پی ارتقا و بهبود آن می باشند. بهره وری سازمانی ترکیب گسترده ای از دریافتی های غیر ملموس، همچون افزایش دانش سازمانی و هم دریافتی های عینی و ملموس، همچون نتایج اقتصادی و مالی است. هرچند اکثر سازمان ها تنها جنبه مالی شاخص بهره وری را در نظر می گیرند و از سایر ابعاد مرتبط با آن صرف نظر می کنند؛ اما در رویکرد استراتژی های دانش، به نقش تمام جنبه های موثر در ارتقاء سطح بهره وری نگریسته می گردد (هولسپال و جانز، ۲۰۲۰)

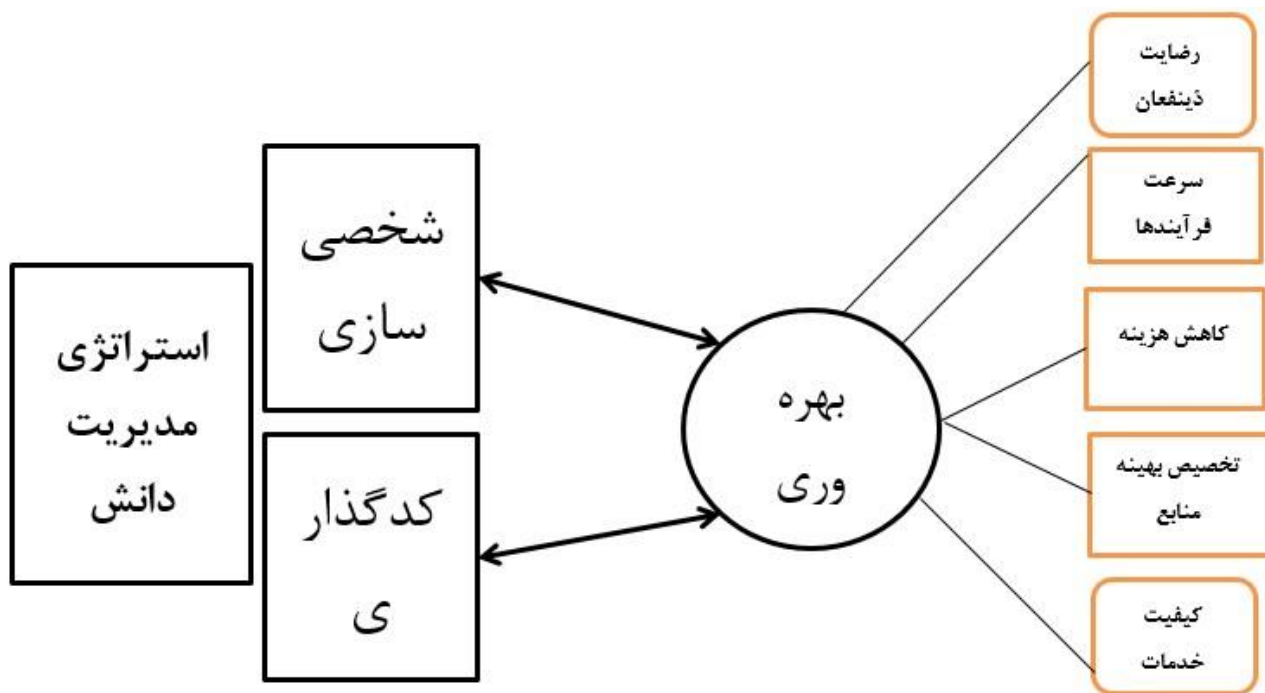
دانش صریح، بعنوان یکی از استراتژی های مدیریت دانش، اشاره به اطلاعاتی دارد که با یک روش نظام مند و استاندارد منتقل می شود. بنابراین مدیریت دانش صریح، استراتژی کد گذاری مدیریت دانش نامیده می شود. استراتژی کد گذاری بر روند مدیریت، کاربرد و ذخیره نظام مند سرمایه های دانشی یک سازمان متمرکز می شود. پاسخ سریع به مشتریان، کاهش هزینه تبادل دانش و رمز گذاری توانمندی های یک سازمان با استفاده از فناوری اطلاعات و با هدف کاهش پیچیدگی، دسترسی و کاربری مجدد دانش از محورهای کلیدی این استراتژی به حساب می آید. اطلاعات مفید در پایگاه داده به طور وسیع مستند می شود. دانش ذخیره شده، استاندارد می شود و به آسانی برای کارکنان مد نظر قابل دسترس و استفاده خواهد بود. دانش عملی و کاربردی به طور عمد در پایگاه داده ذخیره شده و از طریق تعامل کارکنان و زیر ساخت تکنولوژی اطلاعات انتقال می یابد و همه افراد به آن دسترسی دارند.

از سویی دیگر، استراتژی شخصی سازی استراتژی ی دیگر از استراتژی های مدیریت دانش است که بطور اساسی به تک تک افراد درون سازمان وابسته است؛ یعنی به افرادی که دانش را خلق می کنند و در خلال تعاملات خود با دیگران

آن دانش را به اشتراک می‌گذارند. تاکید بر اشتراک دانش از راه تعاملات و گفتگوهایی که به وسیله شبکه‌های اجتماعی، گروه‌های حرفه‌ای یا تیم‌های کاری شکل می‌گیرند از محورهای اصلی استراتژی شخصی سازی قلمداد می‌شود. بنابر این مدیریت دانش ضمنی را استراتژی شخصی سازی مدیریت دانش می‌نامند. سازمان‌هایی که چنین استراتژی‌ای را اتخاذ می‌کنند محصولات و خدمات تخصصی را برای برآورده ساختن نیازهای مشتری خاصی پیشنهاد می‌کنند. قسمت اعظمی از دانش عملی و کاری این سازمان‌ها ضمنی بوده و نمی‌توان آن را برای استفاده مجدد، در پایگاه داده‌ها کد گذاری و ذخیره کرد. بنابر این کارکنان در این سازمان‌ها به منظور انجام موفقیت آمیز رسالت خود مجبورند به طور گسترده با همکاران خود برای کسب دانش ضمنی تعامل داشته باشند و تعاملات بین کارکنان را از طریق سیستم‌های ارزش‌یابی و پاداش در راستای تسهیم، گردآوری و خلق دانش ترغیب نمایند. در عین حال، استفاده از فناوری ارتباطات و اطلاعات مانند شبکه اینترنت و اینترنت برای ترسیم نقشه دانش و شبکه سازی به افراد یک سازمان این امکان را می‌دهد که منع دانش مورد نظر خود را جستجو کرده و دانش را در آن باز یابی کنند. در این صورت، ماهیت و نوع تعاملات میان فردی به شکل دیگری نمودار خواهد شد و فرایند آن را سرعت می‌بخشد (یانگ، ۲۰۱۹).

تاثیر هر یک از استراتژی‌های مدیریت دانش (کد گذاری و شخصی سازی) بر روی بهره‌وری سازمانی متفاوت است. استراتژی شخصی سازی که به استفاده از ابزارهایی چون فناوری اطلاعات و ارتباطات جهت مرتبط کردن افراد به یکدیگر برای تبادل دانش بین افراد توجه دارد، بر مدیریت دانش ضمنی تاکید می‌کند. بعضی از مطالعات پیشنهاد می‌کنند که این استراتژی ممکن است قادر باشد مزایای رقابتی بیشتری نسبت به استراتژی کد گذاری که به دنبال شناسایی و ذخیره سازی دانش در شکل آشکار آن (مثلا در مستندات و سیستم‌های اطلاعاتی) برای انتقال و استفاده مجدد توسط فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌باشد، به دست آورد؛ اما بعضی تحقیقات مثل تحقیق کریستین نشان می‌دهد که تاثیر استراتژی کد گذاری بر بهره‌وری و عملکرد سازمانی بیشتر از استراتژی شخصی سازی است (کوبرگ کریستین و همکاران، ۲۰۲۰). به طور کلی با تجمیع نظرات فوق می‌توان گفت که هر دو نوع استراتژی می‌تواند باعث ارتقاء بهره‌وری سازمان گردد. همانگونه که نیکلاس و همکاران بیان می‌کنند، استراتژی‌های مدیریت دانش کد گذاری شده، باعث صرفه‌جویی در زمان و بهبود هماهنگی می‌شود؛ در حالی که استراتژی‌های شخصی سازی باعث افزایش کیفیت در موقعیت‌های رقابتی و بهبود توانایی نوآوری و در نهایت بهره‌وری می‌گردد (یانگ، ۲۰۱۹).

در بررسی‌های پژوهشگر مشخص شد که اکثر تحقیقات در زمینه استراتژی‌های مدیریت دانش بر مقوله عملکرد سازمانی متمرکز بوده و پژوهشی مرتبط با موضوع بهره‌وری یافت نگردید. علاوه بر این، با توجه به مأموریت‌های گوناگون سازمان‌های دولتی استان هرمزگان در راستای سند چشم‌انداز ۱۴۰۴، پرداختن به موضوعاتی چون جمع‌آوری، تدوین و انتقال تجربیات عملی و دانش فنی کسب شده به سایر کارکنان، در افزایش بهره‌وری سازمان مؤثر است. از برجسته‌ترین موارد این تاثیر می‌توان به کاهش تکرار تجربیات ناموفق، اجتناب از شیوه‌آزمون و خطا در انجام طرح‌ها، به حداقل رساندن اشتباهات فنی و در نتیجه کاهش میزان هزینه‌ها و انجام طرح‌ها در بازه زمانی کوتاه‌تر اشاره نمود. لذا، پژوهش حاضر در پی آن است که رابطه بین استراتژی‌های مدیریت دانش کد گذاری و شخصی سازی، بر اساس الگوی مرجع نیکلاس و سردان (۲۰۱۱) و بهره‌وری سازمانی در سازمان‌های دولتی استان هرمزگان را بر اساس مدل مرجع نیکلاس و سردان (۲۰۱۱) مورد مطالعه قرار دهد.



مفروضات پژوهش

فرضیه اصلی: بین استراتژی های مدیریت دانش و بهره وری در سازمان های دولتی استان هرمزگان ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.

مفروضات فرعی:

بین استراتژی های شخصی سازی و کدگذاری (از استراتژی های مدیریت دانش) و رضایت ذینفعان، تخصیص بهینه منابع، سرعت فرآیندها، کیفیت خدمات و کاهش هزینه ها در سازمان های دولتی استان هرمزگان ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.

روش شناسی

تحقیق حاضر، به لحاظ گردآوری و فرآوری داده ها، تحقیقی توصیفی-تحلیلی و از حیث هدف، کاربردی است. جامعه آماری در این مطالعه ۵۰ نفر از کارکنان سازمان های دولتی هرمزگان است که با توجه به جامعه آماری محدود (۵۰) از روش سرشماری بهره گرفته شده است. بدین منظور تمامی اعضا جامعه را بعنوان نمونه آزمودنی مورد تحلیل قرار دادیم.

برای گردآوری داده ها از پرسشنامه استاندارد استاندارد استفاده شده است که شامل سه بخش می باشد. بخش اول پرسشنامه، پس از معرفی اجمالی پژوهش، اطلاعات جمعیت شناسی شرکت کنندگان در مطالعه را مورد پرسش قرار می دهد؛

بخش دوم پرسشنامه، بر اساس الگوی نیکلاس و سردان (۲۰۱۱) و با تمرکز بر ساز و کارهای ادارات هرمزگان، توسط پژوهشگر طراحی شده و دیدگاه شرکت کنندگان در مطالعه را در خصوص دو راهبرد مدیریت دانش (کدگذاری و شخصی سازی) در ادارات دولتی هرمزگان می سنجد. این بخش دارای ۸ سؤال بسته است؛

بخش سوم پرسشنامه نیز، با استفاده از مفاهیم بنیادین بهره‌وری مدهوشی و کوهکن (۱۳۹۱) و بهره‌گیری از نظرات و دیدگاه‌های درون‌سازمانی، برای سنجش بهره‌وری سازمانی، توسط پژوهشگر طراحی گردیده است. این بخش از پرسشنامه، بهره‌وری سازمانی (متغیر وابسته) مشتمل بر پنج بعد رضایت ذینفعان، تخصیص بهینه منابع، کاهش هزینه‌ها، کیفیت خدمات و سرعت فرآیندها را با استفاده از ۲۶ سؤال بسته ارزیابی خواهد کرد. مقیاس پاسخگویی به تمامی سؤالات پرسشنامه، طیف هفت گزینه‌ای لیکرت است.

روایی کل پرسشنامه با استفاده از نظرات خبرگان تأیید شده (روایی صوری - محتوایی) و سازگاری درونی آن (پایایی) از طریق آزمون آلفای کرونباخ بواسطه توزیع در میان ۲۰ نفر از شرکت کنندگان مورد نظر و محاسبه آن، به قرار ذیل تأیید گردید:

جدول ۱: آلفای کرونباخ ابعاد نه گانه تحقیق

ردیف	بعد	میانگین	انحراف معیار	آلفای کرونباخ
۱	استراتژی شخصی	۳/۴۱۲۳	٪۶۲	٪۸۳
۲	استراتژی کدگذاری	۳/۳۹۰۵	٪۵۸	٪۷۹
۳	استراتژی دانش	۳/۴۵۶	٪۵۰	٪۸۷
۴	تخصیص بهینه منابع	۳/۳۵۷۱	٪۶۳	٪۸۲
۵	کیفیت خدمات	۳/۳۵۶۹	٪۶۸	٪۸۱
۶	سرعت فرآیندها	۳/۳۲۲۱	٪۶۵	٪۸۰
۷	رضایت ذی نفعان	۳/۳۳۵۴	٪۶۸	٪۸۲
۸	کاهش هزینه‌ها	۳/۳۷۴۵	٪۶۲	٪۸۱
۹	بهره‌وری	۳/۵۳۲	٪۵۹	٪۸۷

نتایج جدول ۱ مبین این مطلب است؛ ضریب آلفای کرونباخ برای سؤالات هریک از ابعاد متغیرها در سطحی بالاتر از ۰/۷ قرار دارد که گواه بر پایایی و قابل اعتماد بودن سؤالات پرسشنامه به کار گرفته شده است. بحث:

ضریب همبستگی شدت رابطه و همچنین نوع رابطه (مستقیم یا معکوس) را نشان می‌دهد. این ضریب بین ۱ تا ۱- می‌باشد و در صورت عدم وجود رابطه بین دو متغیر برابر صفر می‌باشد. این آزمون باتوجه به فرضیات زیر به بررسی ارتباط بین دو متغیر می‌پردازد.

فرض (H1): همبستگی معنی‌دار بین مولفه‌های استراتژی دانش و بهره‌وری وجود دارد.

$$H_1: \rho \neq 0$$

فرض (H0): همبستگی معنی‌دار بین مولفه‌های استراتژی دانش و بهره‌وری وجود ندارد.

$$H_0: \rho = 0$$

نحوه داوری در مورد وجود یا عدم وجود ارتباط براساس سطح معنی‌داری به دست آمده صورت می‌پذیرد. بدین ترتیب که اگر sig آزمون کوچکتر از ۰/۰۵ باشد فرض H0 رد شده و بین دو متغیر ارتباط معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۲: نحوه داوری میزان عددی ضریب همبستگی

مقدار	نحوه داوری
۰ - ۰/۲۵	همبستگی مستقیم - ضعیف
۰/۲۵ - ۰/۵	همبستگی مستقیم - نسبتاً قوی
۰/۵ - ۰/۷۵	همبستگی مستقیم - شدید
۰/۷۵ - ۱	همبستگی مستقیم - بسیار شدید
۰	همبستگی وجود ندارد
۰ - -۰/۲۵	همبستگی معکوس - ضعیف
-۰/۲۵ - -۰/۵	همبستگی معکوس - نسبتاً شدید
-۰/۵ - -۰/۷۵	همبستگی معکوس - شدید
-۰/۷۵ - -۱	همبستگی معکوس - بسیار شدید

جدول زیر خروجی آزمون همبستگی پیرسون را نشان می دهد:

Correlations: ۳ جدول

		Personalization	Coding	Satisfaction	References	Costs	Quality	Speed
Personalization	Pearson Correlation	1	.724(**)	.643(**)	.608(**)	.657(**)	.547(**)	.342(*)
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.015
	N	50	50	50	50	50	50	50
Coding	Pearson Correlation	.724(**)	1	.816(**)	.715(**)	.769(**)	.675(**)	.497(**)
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Satisfaction	Pearson Correlation	.643(**)	.816(**)	1	.780(**)	.812(**)	.644(**)	.560(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50
References	Pearson Correlation	.608(**)	.715(**)	.780(**)	1	.816(**)	.581(**)	.483(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Costs	Pearson Correlation	.657(**)	.769(**)	.812(**)	.816(**)	1	.655(**)	.550(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Quality	Pearson Correlation	.547(**)	.675(**)	.644(**)	.581(**)	.655(**)	1	.588(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Speed	Pearson Correlation	.342(*)	.497(**)	.560(**)	.483(**)	.550(**)	.588(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.015	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

باتوجه به جدول (۳)؛ همان گونه که مشاهده می گردد، sig روابط فی مابین متغیرها برابر با مقدار (۰/۰۰) و (۰/۰۱۵) می باشد که کمتر از مقدار (۰/۰۵) است. لذا فرض صفر (H0) آماری مبنی بر عدم ارتباط میان متغیرها رد می شود. جدول فوق نشان می دهد میان تمامی متغیرهای تحقیق یعنی استراتژی های مدیریت دانش (شخصی سازی و کد گذاری) و بهره وری و زیر مولفه های آن (رضایت ذینفعان، کاهش هزینه، سرعت فرآیندها، کیفیت خدمات و تخصیص بهینه منابع) ارتباط مثبت و معنی داری وجود دارد.

نتایج مربوط به تحلیل رگرسیون

در بخش پیشین به بررسی و آزمون فرضیات بر اساس وجود روابط دوسویه بین متغیرهای وابسته و مستقل پرداخته شد. در این بخش تلاش می گردد تا وجود روابط خطی بین متغیرها هنگامی که به طور همزمان بر متغیر وابسته تأثیر می گذارند بررسی شود. در روش همبستگی ارتباط متغیرها با یکدیگر به طور مجزا و جداگانه سنجیده می گردد. در حالی که در روش رگرسیون چندگانه تأثیر همزمان چندین متغیر بر متغیر وابسته سنجیده می شود. این بدان معنا است که تأثیری که یک متغیر مستقل بر متغیر وابسته به طور مجزا می تواند داشته باشد، در تقابل با دیگر متغیرهای مستقل تأثیر گذار بر متغیر وابسته کاهش یابد و یا خنثی گردد. واژه «رگرسیون» به معنای «بازگشت» است و نشان دهنده آن است که مقدار یک متغیر به متغیر دیگری باز می گردد. در رگرسیون به دنبال برآورد رابطه ای ریاضی و تحلیل آن هستیم به طوری که با آن بتوان کمیت متغیری مجهول را با استفاده از متغیرهای معلوم تعیین کرد؛ اما در همبستگی به دنبال تعیین نوع رابطه و میزان ارتباطی هستیم که متغیرها را به هم ربط می دهد. رگرسیون چندگانه، روشی برای مطالعه سهم یک یا چند متغیر مستقل در پیش بینی متغیر وابسته است (عادل آذر، ۱۳۹۰). در این تحقیق برای بررسی فرضیات تحقیق از رگرسیون چندگانه نیز استفاده گردید.

جدول ۴: نتایج مربوط به تحلیل واریانس

سطح معنی داری	خطای معیار تخمین	ضریب تعیین تعدیل شده	ضریب تعیین R^2	ضریب همبستگی چندگانه
۰/۰۰۰	۰/۴۷	۰/۵۵	۰/۶۹	۰/۵۷۸

تصمیم گیری

همان طور که در جدول ۴ مشاهده شد طبق خروجی مقادیر ضریب رگرسیون چندگانه، ضریب تعیین، ضریب تعیین تعدیل شده و خطای معیار تخمین و سطح معنادار بدست آمد. سطح معنادار برابر صفر می باشد و از سطح معنی داری ۰/۰۵ نیز کوچکتر می باشد که نشان می دهد مدل رگرسیون توانسته است تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهد. ضریب تعیین تعدیل شده ی مدل برابر ۰/۵۵ می باشد، بنابراین می توان نتیجه گرفت که ۵۵ درصد از تغییرات متغیر وابسته، قابل استناد به تغییرات متغیرهای مستقل می باشد و بقیه تغییرات متغیر وابسته (بهره وری) یعنی ۴۵ درصد از تغییرات ناشی از شانس (عواملی غیر از متغیرهای مستقل) بوده است بنابراین می توان گفت مولفه های استراتژی دانش به طور معناداری قادر به پیش بینی بهره وری بوده اند. ضریب همبستگی چندگانه همان طور که از جدول پیداست برابر با حدود ۰/۵۸ می باشد. این امر بدین معنا است که شدت رابطه متغیرهای مستقل با متغیر وابسته برابر ۵۸ درصد بوده است. دومین جدولی که در این رابطه به نمایش در آمد مرتبط با اطلاعات هر یک از متغیرهای مستقل بوده است.

جدول ۵: نتایج آزمون رگرسیون چندگانه

متغیر مستقل	β ضرایب رگرسیون	ضرایب استاندارد شده	سطح معنی داری sig	آماره آزمون
مقدار ثابت	۱,۳۱۸	—	۰,۰۰۰	۵,۳۴۴
استراتژی شخصی سازی	۰,۰۲۵	۰,۰۳۹	۰,۰۰۰	۰,۱۹۳
استراتژی کدگذاری	۰,۰۱۱	۰,۰۲۱	۰,۰۲۲	۰,۰۱۱

برای فرموله نمودن معادله رگرسیون؛ جدول ۵ ارائه شد. به منظور بدست آوردن معادله رگرسیون اطلاعاتی از جمله مقدار ثابت معادله^۱؛ ضرایب رگرسیون^۲؛ همچنین بررسی آزمون خطی بودن که از سطح معنی داری مشخص می گردد؛ آورده شد.

تصمیم گیری

ضرایب ستون B (بتا) مقدار استاندارد شده ضرایب است که نشان دهنده میزان تغییر در متغیر وابسته به ازای تغییری به اندازه یک انحراف معیار در متغیر مستقل می باشد که هر چه قدر قدر مطلق آن بزرگتر باشد رابطه قوی تر متغیر مستقل و وابسته را نشان می دهد. برای مقایسه تاثیر متغیرها از ضرایب استاندارد شده بتا بدون توجه به علامت آنها استفاده می شود. ضرایب استاندارد شده در این جدول نشان می دهد که متغیر استراتژی شخصی سازی دارای بیشترین تاثیر بر متغیر وابسته می باشد؛ زیرا به ازای یک واحد تغییر در این متغیر ۰/۳۹ تغییر در متغیر وابسته (بهره وری) ایجاد می شود. ضریب تاثیر متغیر مستقل دیگر نیز شامل استراتژی کدگذاری با ۲۱ درصد می باشد. با توجه به اطلاعات جدول مذکور می توان معادله رگرسیون را به صورت زیر نوشت:

$$y = 1.318 + 0.39X_1 + 0.21X_2$$

نتایج

همان طور که در جدول ۵ مشاهده شد طبق خروجی مقادیر ضریب رگرسیون چندگانه، ضریب تعیین، ضریب تعیین تعدیل شده؛ خطای معیار تخمین و سطح معنادار به دست آمد. سطح معنادار برابر صفر می باشد و از سطح معنی داری ۰/۰۵ نیز کوچکتر می باشد که نشان می دهد مدل رگرسیون توانسته است تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهد. ضریب تعیین تعدیل شده ی مدل برابر ۰/۶۱ می باشد، بنابراین می توان نتیجه گرفت که ۶۱ درصد از تغییرات متغیر وابسته (بهره وری) قابل استناد به تغییرات متغیرهای مستقل (استراتژیهای کدگذاری و شخصی سازی می باشد و بقیه تغییرات متغیرهای وابسته یعنی ۳۹ درصد از تغییرات ناشی از شانس (عواملی غیر از متغیرهای مستقل) بوده است. ضریب همبستگی چندگانه همان طور که از جدول پیداست، برابر با ۰/۷۹۲ می باشد. این امر بدین معنا است که شدت رابطه متغیرهای مستقل با متغیر وابسته برابر ۷۹ درصد بوده است. به منظور به دست آوردن معادله رگرسیون اطلاعاتی از جمله مقدار ثابت معادله، ضرایب رگرسیون همچنین بررسی آزمون خطی بودن که از سطح معنی داری مشخص می گردد، آورده شد.

$$\hat{Y} = a + b_1x_1 + b_2x_2 - b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5$$

۱- α

۲- β

دراقتصاد دانش محور، سرمایه دانایی، به نحو چشمگیری از سرمایه های مالی و فیزیکی پیش می گیرد. در این نظام ها، دانش و دانش آفرینی، عامل اصلی بقاء و رشد سازمانها در شرایط رقابتی است. در بخش دولتی نیز دانش به یک عامل حیاتی تعیین کننده برای رقابت پذیری تبدیل شده است. در یک اقتصاد دانش محور، دولتها به شدت با رقابت بین المللی و حتی ملی مواجه شده اند. برای مثال در سطح بین المللی، سازمانهای دولتی و غیردولتی با سازمانهای خارجی که خدمات مشابه ارائه می دهند در حال رقابت هستند. در سطح ملی نیز رقابت افزایش یافته است. شرکتهای خصوصی به تولید کالا و خدماتی می پردازند که مستقیماً در رقابت با کالا و خدمات بخش دولتی است. آموزش، دانش، امنیت، علم از جمله زمینه های رقابت بین این دو بخش است. برای مثال آموزش از راه دور بویژه آموزش از طریق اینترنت توسط شرکتهای خصوصی، ارائه خدمات آموزشی توسط دولت رابه شدت تحت تاثیر قرار داده است. وقتی مشتریان بتوانند نیازهای خود را بصورت کاملاً دلخواه و سفارشی توسط بخش خصوصی برطرف کنند. ناخودآگاه چنین انتظاری را از بخش دولتی نیز خواهد داشت. برخلاف گذشته که رقابت، ماهیتاً با تغییر قیمت کالا صورت می گرفت، اکنون با ابداع و نوآوری شکل می گیرد. برای رسیدن به این هدف کشورها و موسسات باید، سرمایه گذاری های سنگینی در امر تحقیق و توسعه انجام دهند. قراردادان فرهنگ سازمانی در راستای مدیریت دانش مهمترین و چالش برانگیزترین کار در مدیریت دانش است. ساختار بخش دولتی بصورت کاملاً تقسیم بندی شده و جزیره ای است. در این ساختار، فرهنگ حاکم مانع از انتقال اطلاعات از یک بخش به بخش دیگر می شود. تازمانی که ساختار ذهنی مدیران و کارکنان بخش دولتی بر چنین پایه ای باشد و در اختیار داشتن و انحصار دانش را قدرت تلقی کنند، به ندرت پیش می آید که دانش بین بخش های مختلف سازمان و یا سطوح سازمانی مختلف انتقال پیدا کرده و جریان یابد. البته ممکن است در برخی موارد افراد به تسهیم دانش خود با دیگران پردازند که چنین امری نیز بیشتر در جهت کسب شهرت، اعتبار، قدر و منزلت و حتی در برخی موارد متاثر از گرایش های انسان دوستانه است. به منظور تغییر رفتار و منش و کاهش موانع موجود، باید فرهنگ تسهیم و به اشتراک گذاری دانش را در سازمان ایجاد کرده و توسعه داد.

در مطالعات مدیریت دانش، مفاهیم مربوط به نگرش استراتژیک به مدیریت دانش، مفاهیمی جدید و ابداعی می باشد. در خصوص تعریف دو مفهوم "استراتژی مدیریت دانش" و "استراتژی دانش" میان صاحب نظران اختلاف نظر وجود دارد که مخصوصاً بایستی در ترجمه های متون این حوزه مدنظر مترجمان قرار گیرد. برخی از صاحب نظران این دو مفهوم را به یک معنا در نظر گرفته و تعریف خود را ارائه نموده اند؛ اما با توجه به تفاوت ماهیت و کارکرد این دو مفهوم در سازمان ها، اغلب صاحب نظران و نویسندگان منابع دست اول این حوزه، تعاریف متفاوتی را از این دو مفهوم ارائه نموده اند. بر اساس نتایج مطالعات انجام شده در این تحقیق، لازم است تا میان این دو مفهوم تفاوت قائل شویم. با مرور مطالعات انجام شده در زمینه استراتژی دانش و استراتژی های مدیریت دانش، می توان تفاوت این دو مفهوم را به شرح زیر بیان نمود:

به طور کلی می توان گفت استراتژی مدیریت دانش بر مبنای دسته بندی دانش به انواع دانش آشکار (صریح) و دانش پنهان (ضمنی) تعریف می شود. استراتژی مدیریت دانش بیان می کند که سازمان جهت مدیریت دارایی های دانشی خود و اجرای فرایندهای مدیریت دانش (شامل کسب، خلق، انتقال و به کارگیری دانش)، چگونه و با چه حجم سرمایه گذاری بایستی بر دارایی های دانشی کنترل و از دانش های صریح و ضمنی موجود در سازمان بهره گیری نماید و بیشتر بر بهره برداری از کدام نوع دانش متمرکز باشد.

در حالی که تدوین استراتژی دانش به سازمان کمک می کند تا در فراگرد مدیریت دانش به صورت استراتژیک مشخص نماید که سازمان چه دانشی را، با چه عمقی، از چه منبعی؛ توسط چه کسی و از چه طریقی برای پشتیبانی از برنامه استراتژیک خود بایستی کسب نماید.

با توجه به تفاوت بیان شده، اگر مدیریت دانش در سازمان ها بخواهد ماندگار شود و تنها به عنوان یک سرگرمی موقتی تلقی نشود، باید با خلق ارزش اقتصادی و مزیت رقابتی پیوند برقرار کند. از همین رو سازمان ها برای اجرای کارآمد و اثر بخش فراگرد مدیریت دانش بایستی ابتدا با توجه به دانش های آشکار و پنهان موجود در سازمان، استراتژی مدیریت دانش خود را انتخاب نمایند تا جهت گیری اصلی سازمان برای سرمایه گذاری در زمینه مدیریت دانش تعیین شود. بر همین اساس سازمان ها پیش از هر اقدامی در جهت استقرار مدیریت دانش، بایستی با توجه به ماهیت کاری و دانش های موجود و مرتبط با کسب و کار خود، نحوه بهره برداری مطلوب از سرمایه های دانشی آشکار و پنهان در بلند مدت را با تدوین استراتژی مدیریت دانش مشخص و تبیین نماید.

در گام بعد سازمان ها برای رقابت موفقیت آمیز و پایدار بر اساس دانش نیازمند همسوسازی استراتژی کسب و کار با آنچه سازمان می داند یا توسعه دانش و قابلیت های فکری مورد نیاز برای حمایت از استراتژی مطلوب کسب و کار خود می باشد. سازمان ها باید به لحاظ استراتژیک منابع و قابلیت های دانشی خود را ارزیابی و به طور وسیع استراتژی دانش خود را به منظور تمرکز بر شکاف های میان آنچه که سازمان می داند و آنچه که سازمان باید بداند، مشخص کنند. در نتیجه استراتژی دانش سازمان ها بایستی از طریق فرایندهای خلق، تسهیم و کاربرد دانش برای پر کردن آن شکاف و پشتیبانی از استراتژی رقابتی سازمان بهره گیرد. در انتهای بحث جهت جاری سازی دانش در بدنه سازمان ها پیشنهاد می گردد:

واحد سازمانی مستقلی تحت عنوان «واحد استراتژیک دانش سازمانی» زیر نظر ریاست سازمان یا مهارتهای آن ایجاد گردد تا استراتژی مبتنی بر دانش در راستای استراتژی سازمان قرار گیرد و با برنامه ریزی جامع، سازمان یادگیرنده تبدیل شود. همچنین مسیرهای دانشی سازمان در جهت ارتقاء سطح دانش مشتری گزینی هموار گردد. به منظور ممانعت از خروج دانش سازمانی از طریق بازنشسته شدن کارکنان دانشی که دارای مهارت بالایی حرفه ای و تخصصی هستند لازم است که کارکنان، این افراد را به عنوان «مشاوران دانش» برای انتقال دانش و آموخته های خود به مدیران و کارکنان شاغل بکارگیرد.

توسعه گروه های همکار. این گروه ها کانون های دانش یک سازمان هستند که گروهی از افراد با مسئولیت های کاری مشابه بدون آنکه بصورت رسمی بخشی از یک کارکرد گروه باشند به خلق، تسهیم بکارگیری دانش می پردازند. فرهنگ باید فعالتهای گروهی را تشویق کند.

سیستم های انگیزشی پی طراحی گروه که به کارکنان متناسب با مشارکت آنها در اجرای فرآیندهای مدیریت دانش سازمانی در سطوح مختلف سازمانی، پاداش پرداخت گردد.

به منظور تشویق کارکنان به مشارکت و فعالیت اثربخشی در فرآیند مدیریت دانش سعی شود از هر واحد، مدیر و کارمند نمونه ای دانش انتخاب و به نحو مناسب تقدیر شود.

منابع

- ادب حسین و محمد شفیع خانی (۱۳۹۹) نیل به سرآمدی با ابزار مدیریت دانش، ماهنامه علمی-آموزشی تدبیر، سال هجدهم، شماره ۱۸۲.
- الوانی (۱۳۷۳)، روش های تحقیق در علوم اجتماعی، تهران: انتشارات مدیران.
- حافظ نیا، محمدرضا (۱۳۹۲)، مقدمه ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، چاپ نوزدهم، تهران: ناشر سمت.
- عالم تبریز، رحمان (۱۳۹۹) معرفی سیستم مدیریت دانش، IT Expert.ir
- قلی زاده و همکاران (۱۳۹۹)، نقشه های دانش، اولین کنفرانس بین المللی مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات.
- مدهوشی مهرداد و کوهکن مؤخر امیر (۱۳۹۱) تبیین نقش استراتژی برون سپاری بر بهره وری سازمان، پژوهشنامه مدیریت اجرایی، سال چهارم، شماره ۷، صفحات ۹۹ - ۱۲۴
- Holsapple CW, Jones K. (2020) Exploring secondary activities of the knowledge chain. *Knowledge and Process Management*; 12(1): 3–31.
- Alen, Mariel, Alejandra; Omar Chioffi & Maria Galli, A (2020) Distributed knowledge management conceptual model for knowledge organization, Available at: grise.upm.es/conferencias/jiisic04/paoers/10.pdf
- Koberg Christine S, Detienne, Dawn R, Heppard, Kurt A. (2020) An empirical test of environmental, organizational, and process factors affecting incremental and radical innovation. *Journal of High Technology Management Research.*; 14:35-42
- Yang J. (2019) The knowledge management strategy and its effect on firm per-formance: A contingency analysis. *International Journal of Production Economics.*; 125(2): 215–223
- Rading (2020), How organization climate and strcure affect knowledge management- The social interaction perective, *International Journal of Information management*, 27, pp. 104-118.
- Davenport, & Prusak, L.. (2020), *Knowledge Management*, translated by Dr. Hossein Rahman Sarasht, Pope I, Sapco Publisher.

Tayeb Dehghani 1

Abstract

We are living in the age of information and knowledge, a time when the view of "knowledge is power" has given way to "sharing knowledge is power", an age where the elders believe that the most important assets of the organization are its intelligent and knowledgeable employees, who Sharing their knowledge as knowledge assets and by creating new organizational processes, new technologies, etc. leads their organization to a competitive advantage. This research aims to, considering the importance of producing knowledge strategies in the path of success of organizations, to the role and position of various knowledge strategies and their relationship with the important issue of productivity as a key performance indicator.

Keywords

Knowledge, strategy, productivity

1. Ph.D, human resource management, Member of the National Elite Foundation.