

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ
وَالَّذِي جَعَلَ الْمَوْتَ
وَالْحَيَاةَ وَالَّذِي
يُحْيِي الْمَوْتَى
وَالَّذِي يُخْرِجُ
الْحَبَّ وَالذُّرْءَ
وَالَّذِي يُصَوِّرُ
الْبَشَرَةَ فِي أَحْسَنِ
تَقْوِيمٍ
سُبْحَانَ اللَّهِ عَمَّا يُشْرِكُونَ
اللَّهُ أَكْبَرُ
عَمَّا يُشْرِكُونَ



دانشگاه علامه طباطبائی
دانشکده حسابداری و مدیریت

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی گرایش تحول

**رابطه عوامل محیطی، ویژگی‌های فردی و عوامل انگیزشی با رفتار به
اشتراک‌گذاری دانش در شرکت فولاد مبارکه اصفهان**

نگارش

زینب حسنی

استاد راهنما

دکتر نصرالله غفاری

استاد مشاور

دکتر مهدی حقیقی کفاش

استاد داور

دکتر نادر مظلومی

زمستان ۱۳۹۰

"الهی انا الجاهل فی علمی فکیف لاکون جهولا فی جهلی"

خدایا من نادانم در دانش خود چگونه نادان نباشم از نادانیم

"فرازی از دعای عرفه"

تقدیم به

پدر بزرگوام، که توانش رفت تا به توانی رسیدم و مویش سپیدی گرفت تا روی سپید بمانم.

مادر مهربانم که آموزگار محبت است و دعای خیرش همواره بدرقه راهم بوده.

همسر مهربان و عزیزم که در طول تحصیل همواره مشوق و یاور من بوده.

دوستان گرانقدرم که همواره مشمول لطف و محبتشان هستم.

با سپاس فراوان از

استاد گرامی‌ام جناب آقای دکتر غفاری که در مقام استاد راهنما با دقت و حوصله فراوان، تمام مراحل این پژوهش را زیر نظر داشتند و با راهنمایی‌های بسیار مفیدشان، کمال لطف خود را مبذول داشتند.

استاد ارجمند جناب آقای دکتر حقیقی کفاش که به عنوان استاد مشاور در این پژوهش، با تجربیات گرانبها و دید موشکافانه خود مرا یاری فرمودند.

استاد گرانقدر جناب آقای دکتر مظلومی که با دقت فراوان و بلندنظری به داوری این مجموعه همت گماردند و با راهنمایی‌های ارزنده خود بر غنای این پژوهش افزودند.

جناب آقای دکتر سلطانی معاونت آموزش منابع انسانی شرکت فولاد مبارکه اصفهان و جناب آقای مظاهری که با حوصله فراوان و همکاری بسیار به نتیجه هر چه بهتر این پژوهش کمک نمودند.

در پایان نیز از تمامی اساتید و دوستان عزیزم که بنده را در مراحل مختلف تحصیلی و حرفه‌ای یاری نموده‌اند سپاسگذاری می‌نمایم.

چکیده

این تحقیق تلاشی است برای شناسایی رابطه عوامل محیطی^۱، ویژگی‌های فردی^۲ و عوامل انگیزشی^۳ بر رفتار به اشتراک‌گذاری دانش^۴ در شرکت فولاد مبارکه اصفهان. پژوهش حاضر کاربردی، توصیفی و از نوع همبستگی و پیمایشی است. جامعه مورد بررسی، کلیه کارکنان ستادی شرکت فولاد مبارکه اصفهان می‌باشند. پرسشنامه‌ها به شکل تصادفی توزیع شدند که در نهایت تعداد ۱۴۳ پرسشنامه قابل بررسی، جمع‌آوری شد. مدل تحقیق از پنج دسته متغیر مستقل تشکیل شده است که عبارتند از: متغیرهای زمینه‌ای سازمانی^۵، ویژگی‌های بین فردی و تیمی^۶، ویژگی‌های فرهنگی^۷، ویژگی‌های فردی و عوامل انگیزشی است و رفتار به اشتراک‌گذاری دانش به عنوان متغیر وابسته ظاهر شده است. فرضیه‌های پژوهش به کمک آزمون همبستگی اسپیرمن و همچنین آزمون رگرسیون چندگانه مورد سنجش قرار گرفته‌اند. نتایج تحقیق نیز حاکی از تأیید کلیه فرضیات و تأیید وجود همبستگی بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته می‌باشد. نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن نشان می‌دهد همبستگی عوامل محیطی (متغیرهای زمینه‌ای سازمانی، ویژگی‌های بین فردی و تیمی، ویژگی‌های فرهنگی) و عوامل انگیزشی با رفتار به اشتراک‌گذاری دانش قابل توجه‌تر از همبستگی بین ویژگی‌های فردی و رفتار به اشتراک‌گذاری دانش است. آزمون رگرسیون چندگانه نیز رابطه مستقیم و نسبتاً قوی بین متغیرهای مستقل و رفتار به اشتراک‌گذاری دانش را به عنوان متغیر وابسته تأیید کرد.

Hassani.zeinab@gmail.com

-
- 1 Environmental factors
 - 2 individual characteristics
 - 3 motivational factors
 - 4 knowledge sharing behavior
 - 5 organizational context
 - 6 interpersonal and team characteristics
 - 7 cultural characteristics

فهرست مطالب

فصل اول: طرح و کلیات پژوهش

- ۱-۱ بیان مسأله..... ۲
- ۱-۲ اهمیت و ضرورت موضوع..... ۴
- ۱-۳ گزاره‌های تحقیق..... ۶
- ۱-۳-۱ پرسش‌های اصلی و فرعی..... ۶
- ۱-۳-۱-۱ پرسش‌های اصلی..... ۶
- ۱-۳-۲ فرضیه‌های تحقیق..... ۶
- ۱-۳-۳ هدف‌های تحقیق یا نتایج مورد انتظار..... ۷
- ۱-۴ روش کلی تحقیق..... ۷
- ۱-۴-۱ قلمرو مکانی - جامعه تحقیق..... ۸
- ۱-۴-۲ قلمرو زمانی تحقیق..... ۸
- ۱-۴-۳ روش نمونه‌گیری و تخمین حجم نمونه..... ۸
- ۱-۴-۴ روش‌های گردآوری داده‌ها و ابزار مورد استفاده برای آن..... ۸
- ۱-۴-۵ روش‌های تحلیل داده‌ها..... ۸
- ۱-۵ شرح واژه‌ها و اصطلاحات تحقیق..... ۹
- ۱-۵-۱ مدیریت دانش..... ۹
- ۱-۵-۲ به اشتراک‌گذاری دانش..... ۹
- ۱-۶ معرفی شرکت فولاد مبارکه اصفهان..... ۹
- ۱-۶-۱ بررسی اجمالی..... ۹
- ۱-۶-۲ تاریخچه فولاد مبارکه..... ۱۰
- ۱-۶-۳ مسئولیت‌های اجتماعی..... ۱۱
- ۱-۶-۴ چشم‌انداز شرکت فولاد مبارکه..... ۱۲
- ۱-۶-۵ ارزش‌های سازمانی..... ۱۲

فصل دوم: مبانی نظری پژوهش و مروری بر تحقیقات پیشین

- ۲-۱ مفهوم دانش..... ۱۸
- ۲-۲ تعریف دانش..... ۲۰
- ۲-۳ انواع دانش..... ۲۱
- ۲-۴ ویژگی‌های دانش..... ۲۲
- ۲-۵ ماهیت دانش سازمانی..... ۲۳
- ۲-۶ تعاریف مدیریت دانش..... ۲۳
- ۲-۷ اهداف مدیریت دانش..... ۲۵
- ۲-۸ اهمیت مدیریت دانش..... ۲۷

۲۹	مدل‌های مدیریت دانش.....
۳۰	۲-۹-۱ مدل عمومی دانش.....
۳۲	۲-۹-۲ الگوی مدیریت دانش پروست.....
۳۴	۲-۹-۳ مدل ویگ.....
۳۵	۲-۹-۴ مدل هویت.....
۳۵	۲-۹-۵ مدل شش بعدی مدیریت دانش.....
۳۷	۲-۱۰ فرایندهای مدیریت دانش.....
۴۰	۲-۱۰-۱ فرایند خلق دانش.....
۴۱	۲-۱۰-۲ فرایند کسب دانش.....
۴۲	۲-۱۰-۳ فرایند سازماندهی دانش.....
۴۳	۲-۱۰-۴ فرایند ذخیره دانش.....
۴۴	۲-۱۰-۵ فرایند تسهیم دانش یا به اشتراک گذاری دانش.....
۴۶	۲-۱۰-۶ فرایند کاربرد دانش.....
۴۷	۲-۱۱ استراتژی‌های مدیریت دانش.....
۴۹	۲-۱۲ عوامل کلیدی موفقیت مدیریت دانش.....
۵۳	۲-۱۳ رفتار تسهیم دانش یا به اشتراک گذاری دانش.....
۵۴	۲-۱۴ اهمیت به اشتراک گذاری دانش.....
۵۵	۲-۱۵ مدل‌های به اشتراک گذاری دانش.....
۵۵	۲-۱۵-۱ مدل لیندا برور و همکارانش.....
۵۶	۲-۱۵-۲ مدل زولانسکی.....
۵۶	۲-۱۵-۳ مدل نوناکا.....
۵۹	۲-۱۵-۴ مدل استیو هالس.....
۶۱	۲-۱۶ دیدگاه‌های مختلف در زمینه انواع فعالیت‌های به اشتراک گذاری دانش.....
۶۲	۲-۱۷ محیط کاری مناسب برای به اشتراک گذاری دانش.....
۶۳	۲-۱۸ به اشتراک گذاری دانش و نگرش کارکنان.....
۶۵	۲-۱۹ نقش اعتماد در ایجاد و به اشتراک گذاری دانش.....
۶۶	۲-۲۰ موانع به اشتراک گذاری دانش.....
۶۸	۲-۲۰-۱ موانع بالقوه فردی به اشتراک گذاری دانش.....
۷۲	۲-۲۰-۲ موانع بالقوه سازمانی به اشتراک گذاری دانش.....
۷۹	۲-۲۰-۳ موانع بالقوه فناوری به اشتراک گذاری دانش.....
۸۲	۲-۲۱ عوامل مؤثر بر رفتار به اشتراک گذاری دانش.....
۸۴	۲-۲۲ پیشینه تحقیق.....
۸۴	۲-۲۲-۱ تحقیقات داخل کشور.....
۸۵	۲-۲۲-۲ تحقیقات خارج از کشور.....
۸۷	۲-۲۳ مدل نظری تحقیق.....

۸۸	۲-۲۳-۱ حمایت سازمانی.....
۸۸	۲-۲۳-۲ پاداش‌ها و محرک‌های سازمانی.....
۸۸	۲-۲۳-۳ ساختار سازمانی.....
۸۹	۲-۲۳-۴ تیم و ویژگی‌های آن.....
۹۰	۲-۲۳-۵ جمع‌گرایی.....
۹۰	۲-۲۳-۶ اعتقاد به مالکیت دانش.....
۹۰	۲-۲۳-۷ اعتماد.....
۹۱	۲-۲۳-۸ ادراک منافع و هزینه‌های به اشتراک‌گذاری دانش.....
۹۱	۲-۲۳-۹ نگرش‌های فردی.....

فصل سوم: روش اجرای پژوهش

۹۳	۳-۱ روش پژوهش.....
۹۴	۳-۲ متغیرهای پژوهش.....
۹۵	۳-۳ گزاره‌های تحقیق.....
۹۵	۳-۳-۱ پرسش‌های اصلی و فرعی.....
۹۵	۳-۳-۱-۱ پرسش‌های اصلی.....
۹۵	۳-۳-۲ فرضیه‌های تحقیق.....
۹۶	۳-۴ جامعه آماری.....
۹۶	۳-۵ نمونه آماری و روش نمونه‌گیری.....
۹۷	۳-۶ روش گردآوری اطلاعات.....
۱۰۰	۳-۶-۱ روایی پرسشنامه.....
۱۰۰	۳-۶-۲ پایایی پرسشنامه.....
۱۰۱	۳-۷ روش تجزیه و تحلیل داده‌ها.....
۱۰۲	۳-۷-۱ تجزیه و تحلیل با استفاده از آمار توصیفی.....
۱۰۲	۳-۷-۲ تجزیه و تحلیل با استفاده از آمار استنباطی.....
۱۰۲	۳-۷-۲-۱ آزمون کلوموگروف - اسمیرنف.....
۱۰۳	۳-۷-۲-۲ آزمون میانگین.....
۱۰۳	۳-۷-۲-۳ آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن.....
۱۰۴	۳-۷-۲-۴ آزمون رگرسیون چندگانه.....

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل آماری یافته‌های پژوهش

۱۰۶	۴-۱ تجزیه و تحلیل توصیفی داده‌ها.....
۱۰۶	۴-۱-۱ تجزیه و تحلیل توصیفی داده‌های جمعیت شناختی.....
۱۰۶	۴-۱-۱-۱ تحصیلات نمونه آماری.....
۱۰۷	۴-۱-۱-۲ سن نمونه آماری.....
۱۰۸	۴-۱-۱-۳ جنسیت نمونه آماری.....

- ۴-۱-۱-۴ سابقه کاری نمونه آماری..... ۱۰۹
- ۴-۱-۱-۵ نمونه آماری بر حسب محل کار..... ۱۰۹
- ۴-۱-۲ تجزیه و تحلیل توصیفی داده‌های تخصصی پرسشنامه..... ۱۱۰
- ۴-۲ تجزیه و تحلیل استنباطی داده‌ها..... ۱۱۲
- ۴-۲-۱ آزمون کلوموگروف-اسمیرنف..... ۱۱۲
- ۴-۲-۲ آزمون میانگین..... ۱۱۳
- ۴-۲-۳ آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن..... ۱۱۴
- ۴-۲-۳-۱ آزمون فرضیه‌ها..... ۱۱۴
- ۴-۲-۳-۲ رتبه‌بندی فرضیه‌ها بر اساس ضریب همبستگی..... ۱۲۲
- ۴-۲-۴ آزمون رگرسیون چندگانه..... ۱۲۳

فصل پنجم: بحث و نتیجه‌گیری

- ۵-۱ نتیجه‌گیری از آزمون همبستگی اسپیرمن..... ۱۳۱
- ۵-۲ نتیجه‌گیری از آزمون رگرسیون چندگانه..... ۱۳۴
- ۵-۳ نتایج حاصل از آمار توصیفی..... ۱۳۵
- ۵-۴ پیشنهادات..... ۱۳۵
- ۵-۴-۱ پیشنهادات مربوط به متغیرهای زمینه‌ای سازمانی..... ۱۳۶
- ۵-۴-۲ پیشنهادات مربوط به ویژگی‌های بین فردی و تیمی..... ۱۳۶
- ۵-۴-۳ پیشنهادات مربوط به ویژگی‌های فرهنگی..... ۱۳۷
- ۵-۴-۴ پیشنهادات مربوط به ویژگی‌های فردی..... ۱۳۷
- ۵-۴-۵ پیشنهادات مربوط به عوامل انگیزشی..... ۱۳۷
- ۵-۵ پیشنهاداتی برای تحقیقات آتی..... ۱۳۸
- ۵-۶ محدودیت‌های پژوهش..... ۱۳۸
- منابع و مأخذ..... ۱۴۰
- پیوست الف..... ۱۴۸

فهرست جداول

- جدول ۱-۲ روند پیشرفت مفهوم مدیریت دانش..... ۱۷
- جدول ۲-۲ تعاریف مدیریت دانش..... ۲۵
- جدول ۳-۲ دلایل اهمیت مدیریت دانش برای سازمان‌ها..... ۲۹
- جدول ۴-۲ طبقه‌بندی فرایندهای مدیریت دانش..... ۳۸
- جدول ۵-۲ عوامل کلیدی موفقیت مدیریت دانش..... ۵۲
- جدول ۱-۳ سؤالات متناظر با مؤلفه‌های مدل پژوهشی در پرسشنامه..... ۹۸
- جدول ۲-۳ آزمون آلفای کرونباخ..... ۱۰۱
- جدول ۳-۳ آزمون آلفای کرونباخ در صورت حذف هر متغیر..... ۱۰۱
- جدول ۱-۴ جدول توزیع فراوانی بر اساس تحصیلات..... ۱۰۷
- جدول ۲-۴ جدول فراوانی نمونه آماری بر حسب سن..... ۱۰۷
- جدول ۳-۴ جدول فراوانی نمونه آماری بر حسب جنسیت..... ۱۰۸
- جدول ۴-۴ جدول فراوانی نمونه آماری بر حسب سابقه کاری..... ۱۰۹
- جدول ۵-۴ جدول فراوانی نمونه آماری بر حسب محل کار..... ۱۱۰
- جدول ۶-۴ نتایج آمار توصیفی متغیرهای مستقل..... ۱۱۱
- جدول ۷-۴ نتایج آمار توصیفی متغیر وابسته..... ۱۱۱
- جدول ۸-۴ آزمون کلوموگروف-اسمیرنف..... ۱۱۲
- جدول ۹-۴ آزمون میانگین..... ۱۱۳
- جدول ۱۰-۴ آزمون همبستگی متغیرهای زمینه‌ای سازمانی و رفتار به اشتراک‌گذاری دانش..... ۱۱۴
- جدول ۱۱-۴ آزمون همبستگی ویژگی‌های بین فردی و تیمی و رفتار به اشتراک‌گذاری دانش..... ۱۱۵
- جدول ۱۲-۴ آزمون همبستگی ویژگی‌های فرهنگی و رفتار به اشتراک‌گذاری دانش..... ۱۱۶
- جدول ۱۳-۴ آزمون همبستگی عوامل محیطی و رفتار به اشتراک‌گذاری دانش..... ۱۱۶
- جدول ۱۴-۴ آزمون همبستگی ویژگی‌های فردی و رفتار به اشتراک‌گذاری دانش..... ۱۱۷
- جدول ۱۵-۴ آزمون همبستگی عوامل انگیزشی و رفتار به اشتراک‌گذاری دانش..... ۱۱۸
- جدول ۱۶-۴ آزمون همبستگی متغیرهای زمینه‌ای سازمانی و عوامل انگیزشی..... ۱۱۸
- جدول ۱۷-۴ آزمون همبستگی ویژگی‌های بین فردی و تیمی و عوامل انگیزشی..... ۱۱۹
- جدول ۱۸-۴ آزمون همبستگی ویژگی‌های فرهنگی و عوامل انگیزشی..... ۱۲۰
- جدول ۱۹-۴ آزمون همبستگی عوامل محیطی و عوامل انگیزشی..... ۱۲۱
- جدول ۲۰-۴ آزمون همبستگی ویژگی‌های فردی و عوامل انگیزشی..... ۱۲۱
- جدول ۲۱-۴ اولویت‌بندی متغیرهای اصلی مؤثر بر رفتار به اشتراک‌گذاری دانش..... ۱۲۲
- جدول ۲۲-۴ اولویت‌بندی زیرمتغیرهای محیطی مؤثر بر رفتار به اشتراک‌گذاری دانش..... ۱۲۲
- جدول ۲۳-۴ اولویت‌بندی متغیرهای اصلی مؤثر بر عوامل انگیزشی..... ۱۲۳
- جدول ۲۴-۴ اولویت‌بندی زیرمتغیرهای محیطی مؤثر بر عوامل انگیزشی..... ۱۲۳
- جدول ۲۵-۴ نتایج رابطه عوامل انگیزشی با عوامل محیطی و ویژگی‌های فردی..... ۱۲۴

- جدول ۴-۲۶ نتایج رابطه عوامل انگیزشی با اجزای عوامل محیطی و ویژگی‌های فردی.....۱۲۵
- جدول ۴-۲۷ نتایج رابطه رفتار به اشتراک‌گذاری دانش با ... و عوامل انگیزشی.....۱۲۷
- جدول ۴-۲۸ نتایج رابطه رفتار به اشتراک‌گذاری دانش با ... و عوامل انگیزشی.....۱۲۸

فهرست اشکال و نمودارها

- نمودار ۱-۱ ساختار سازمانی فولاد مبارکه اصفهان..... ۱۳
- نمودار ۲-۱ داده، اطلاعات و دانش..... ۲۰
- نمودار ۲-۲ مدل عمومی دانش در سازمان..... ۳۰
- نمودار ۲-۳ چرخه مدیریت دانایی..... ۳۲
- نمودار ۲-۴ چرخه دانش شخصی..... ۳۵
- نمودار ۲-۵ مدل شش بعدی مدیریت دانش..... ۳۶
- نمودار ۲-۶ چرخه مدیریت دانش یکپارچه..... ۳۷
- نمودار ۲-۷ فرایندهای شش گانه مدیریت دانش..... ۳۹
- نمودار ۲-۸ استراتژی‌های مدیریت برای دانش فردی و سازمانی..... ۴۸
- نمودار ۲-۹ مدل نوناکا..... ۵۷
- نمودار ۲-۱۰ تعامل دانش آشکار و ضمنی..... ۵۷
- نمودار ۲-۱۱ مدل استیو هالس..... ۶۰
- نمودار ۲-۱۲ عوامل مؤثر بر به اشتراک گذاری دانش..... ۸۳
- نمودار ۲-۱۳ مدل مفهومی پژوهش..... ۸۷
- نمودار ۴-۱ نمودار توزیع فراوانی نمونه آماری بر حسب تحصیلات..... ۱۰۷
- نمودار ۴-۲ نمودار توزیع فراوانی نمونه آماری بر حسب سن..... ۱۰۸
- نمودار ۴-۳ نمودار توزیع فراوانی نمونه آماری بر حسب جنسیت..... ۱۰۸
- نمودار ۴-۴ نمودار توزیع فراوانی نمونه آماری بر حسب سابقه کاری..... ۱۰۹
- نمودار ۴-۵ نمودار توزیع فراوانی نمونه آماری بر حسب محل کار..... ۱۱۰

فصل اول

طرح و کلیات تحقیق

در سال‌های اخیر، سازمان‌ها و شرکت‌های مختلف پیوستن به روند دانش را آغاز کرده‌اند و مفاهیم جدیدی چون کاردانشی، دانش‌کار، مدیریت دانش و سازمان‌های دانشی، خبر از شدت یافتن این روند می‌دهد. پیتراکرا، با به کارگیری 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 بسازد. 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. مدیریت دانش فرایندی است که به سازمان‌ها یاری می‌دهد تا اطلاعات مهم را بیابند، گزینش، سازماندهی و منتشر کنند. از زمان ظهور مدیریت دانش تاکنون، مدیریت دانش به عنوان موضوع مهمی هم برای محققان و هم برای مدیران سازمان‌ها مورد توجه بوده و به این دلیل نیز مقالات و تحقیقات بسیاری درباره مدیریت دانش منتشر شده است. در ابتدای ظهور مدیریت دانش، متون مرتبط بیشتر بر مسائل و جنبه‌های تکنولوژیکی آن تمرکز می‌کردند. امروزه این تمرکز تغییر کرده و تاکید آن بیشتر بر عوامل انسانی و اجتماعی معطوف شده است. از اینرو این تحقیق در پی آن است تا یک سری از این دسته عوامل مؤثر بر به اشتراک‌گذاری دانش، به عنوان یکی از فرایندهای مهم مدیریت دانش را در شرکت فولاد مبارکه اصفهان شناسایی کند.

از دهه ۱۹۷۰ با پیشرفت سریع فن‌آوری برتر، به ویژه در زمینه‌های ارتباطات و رایانه، الگوی رشد اقتصادی جهان به طور اساسی تغییر کرد و به دنبال آن دانش به عنوان مهمترین سرمایه جایگزین سرمایه‌های پولی و مالی شد. در اقتصاد صنعتی، سازمان‌ها قادر به حفظ موقعیت رقابتی قوی خود برای سال‌ها بودند. آنها ارزش را از طریق فرایند بهینه‌سازی خلق یا حداکثر می‌کردند. بنابراین، خلق ارزش بیشتر به قابلیت صنعتی و بودجه‌بندی سرمایه‌ای بستگی داشت. در حالیکه در اقتصاد دانش محور این رویکرد به چند دلیل، دیگر عملی نیست. اول اینکه، با توجه به طول عمر کم دانش و میزان بالای نوآوری، حفظ موقعیت رقابتی برای مدت طولانی دیگر امکان ندارد. بهینه‌سازی به مثابه یک فرایند، در اقتصاد دانش محور نیز اهمیت دارد، اما به تنهایی نمی‌تواند ارزش را خلق یا حداکثر کند. تنها روش خلق ارزش در اقتصاد دانش محور، پذیرش نوآوری به عنوان فرایند کسب‌وکار است. توانایی سازمان برای خلق ارزش به فرایند نوآوری، منابع فکری و خلاقیت منابع انسانی آن بستگی دارد. (قلیچ لی، ۱۳۸۸)

در دسته‌بندی که از سوی صاحب‌نظران کسب‌وکار ارایه گردیده، دهه ۱۹۸۰ را دهه‌ی جنبش کیفیت، دهه ۱۹۹۰ را دهه‌ی مهندسی مجدد و دهه ۲۰۰۰ را دهه‌ی مدیریت دانش لقب داده‌اند. مدیریت دانش مجموعه‌ای از فرایندها برای فهم و بکارگیری منبع استراتژیک دانش در سازمان است. مدیریت دانش، رویکردی ساخت‌یافته است که رویه‌ای را برای شناسایی، ارزیابی و سازماندهی، ذخیره، تسهیم و به کارگیری دانش به منظور تأمین نیازها و اهداف سازمان برقرار می‌سازد. امروزه در دنیای رقابت، کسب دانش مرتبط با کار به هیچ وجه کافی نیست. اطلاعات و دانش کلیدی تولید شده در سازمان بایستی با همکاری که برای انجام بهتر وظایف کاری خود در سازمان به این دانش نیاز دارند، تبادل و تسهیم شود تا سازمان بتواند به مزیت رقابتی پایدار دست پیدا کند (علامه و تیموری، ۱۳۸۶).

بنابراین شناسایی عواملی که کارکنان را به تسهیم دانش برانگیزاند و هم برای کارکنان و هم برای سازمان منافی را ایجاد کند، یکی از اولویتهای اساسی سازمان‌های امروزی است (هال^۱، ۲۰۰۱). با افزایش اهمیت تسهیم دانش و نقش آن در سازمان، محققان فراوانی شروع به بررسی عوامل مؤثر آن کردند. این پژوهش پنج زمینه را به عنوان عوامل مؤثر بر رفتار تسهیم دانش در سازمان فولاد مبارکه اصفهان مورد بررسی قرار می‌دهد. این زمینه‌ها

¹ Hall

عبارتند از: مفاهیم سازمانی، ویژگی‌های تیمی و بین‌شخصی، ویژگی‌های فرهنگی، ویژگی‌های فردی و عوامل انگیزشی.

۲-۱ اهمیت و ضرورت موضوع

امروزه دانش یکی از مهمترین و باارزش‌ترین سرمایه‌های هر سازمانی، محسوب می‌شود. تغییرات سریع و رشد روزافزون دانش و اطلاعات، هر سازمانی را بر آن می‌دارد تا برای بقا، تمام تلاش خود را در مدیریت دانش به کار گیرد. به گفته دراگر^۱ (۲۰۰۰) اساس و پایه سازمان‌ها در قرن ۲۱ دیگر پول یا سرمایه و حتی تکنولوژی نیست بلکه، دانش است. علی‌رغم اینکه دانش به عنوان منبعی برای بقا سازمان‌ها ضروری است و شرط موفقیت سازمان‌ها، دستیابی به یک دانش و فهم عمیق در تمامی سطوح است، اما باز هم بسیاری از سازمان‌ها هنوز به مدیریت دانش به طور جدی توجه نکرده‌اند. بسیاری از نیروهای کلیدی سازمان بازنشسته شده و یا سازمان را ترک می‌کنند و تجربه و دانش ارزشمندی که حاصل سال‌ها سرمایه‌گذاری بر این افراد است، از سازمان خارج می‌شود بدون اینکه سایر کارکنان از آن بهره‌مند شوند. بنابراین یکی از چالش‌های اساسی مدیریت دانش یا به بیان بهتر مهمترین رکن آن، تبادل و تسهیم دانش می‌باشد؛ زیرا تا زمانی که کارکنان مایل به تسهیم دانش خود نباشند و یا در تبادل آن با دیگران با مشکل مواجه شوند، مدیریت منابع دانش با شکست مواجه خواهد شد.

یکی از اهداف اساسی مدیریت دانش، عملی ساختن یا بهبود تسهیم یا انتقال دانش در بین واحدهای مختلف سازمان است. اگر افراد بتوانند دانشی که به صورت فردی از کار خود دارند را به کار گیرند و نیز آن را به اشتراک بگذارند، هم سازمان و هم فرد می‌تواند بهتر رشد کند و اگر نتواند به صورت مؤثری در سازمان به اشتراک گذاشته شود شبیه این است که از بین رفته است. تسهیم دانش بخش اصلی استراتژی مدیریت دانش بسیاری از سازمان‌ها می‌باشد. با وجود رشد اهمیت فعالیت‌های تسهیم دانش برای رقابت‌پذیری سازمان‌ها و عملکرد بازار آنها، موانعی، کار مدیریت دانش را در مسیر دستیابی به اهداف و بازگشت سرمایه دشوار می‌سازد. در سال‌های اخیر محققان و مدیران تجاری مطالعات بسیاری در رابطه با تسهیم دانش انجام داده‌اند. این به این دلیل بوده است که به نظر می‌رسد موفقیت تجاری و مزایای رقابتی سازمان‌ها تا حد زیادی به کاربرد دانش و جاگذاری بخش‌هایی

¹ Drucker

در سازمان وابسته است که در آن فعالیت‌های مربوط به تسهیم دانش می‌تواند در راستای دستیابی به اهداف تجاری و بهینه‌سازی آنها انجام گیرد. فعالیت‌ها و رویه‌های تسهیم دانش اغلب جزئی اساسی از برنامه‌های مدیریت دانش که به صورت یادگیری فردی نمود پیدا می‌کنند را تشکیل می‌دهد (علوی و لیدنر^۱، ۲۰۰۱).

با افزایش تأکید دولت بر ایجاد جامعه دانشی و اولویت حرکت به سمت اقتصاد دانش محور در برنامه چهارم توسعه، مسئله اساسی درک این موضوع است که چگونه از دانش به عنوان یک منبع مهم کسب مزیت رقابتی استفاده شود. تسهیم دانش برای سازمان‌ها از این جهت مهم است که آن‌ها را قادر می‌سازد که مهارت‌های خود را بهبود دهند، رقابت‌پذیری آنها را افزایش دهد، برای آنها خلق ارزش کند و مزیت رقابتی ایجاد کند. زیرا وقتی که آنها دانش فردی خود را با هم ترکیب می‌کنند، نوآوری به وجود می‌آید (گرانر^۲، ۱۹۹۶). با این وجود مطالعه تسهیم دانش برای سازمان‌ها در دهه‌های اخیر از اهمیت ویژه‌ای برخوردار شده است و سازمان‌های زیادی را به چالش کشیده است. سازمان فولاد مبارکه اصفهان چشم انداز خود را در سال ۸۹، " *حضور موفق در بازار داخلی و بین‌المللی فولاد به عنوان سازمانی پیشتاز در کیفیت، فن آوری، تولید اقتصادی و توسعه پایدار* "، تعریف کرده است؛ و همانگونه که در اهداف این سازمان ذکر شده است، این چشم انداز به طور کامل محقق نمی‌شود مگر با اجرای مدیریت دانش مؤثر و استقرار سیستم‌های دانش محور.

علاوه بر اینها شرکت فولاد مبارکه اصفهان از دانش، تخصص و تجربه طیف گسترده‌ای از متخصصان رشته‌های مختلف برای انجام وظایف خود بهره می‌گیرد. در چنین سازمانی با توجه به نیروی انسانی متخصص، مجرب و با سابقه آن، حجم عظیمی از دانش به مرور زمان به صورت دانش ملموس (اسناد و مدارک، گزارش‌ها، نرم افزارها، دستورالعمل‌ها و ...) و ناملموس (ارزش‌ها و فرهنگ سازمانی، دانش چگونگی انجام کارها، مهارت و تجارب حاصل از نتایج پژوهش‌های انجام شده، بینش‌ها و ...) تولید می‌شود.

عدم تسهیم و استفاده مجدد از دانش تولید شده با سرمایه سازمان، اعم از دانش ملموس و ناملموس، هدر دادن منابع صرف شده برای کسب این دانش‌ها و نشان‌دهنده عدم بهره‌وری است. ضمناً از آنجا که بخشی از دانش (یعنی دانش ناملموس) در ذهن افراد پنهان است، با خروج این افراد از سازمان (به واسطه بازنشستگی، انتقال و

(...) عملاً این دانش نیز از سازمان خارج می‌شود و شانس به اشتراک‌گذاری و استفاده مجدد را از دست می‌دهد.
بنابراین تسهیل فرایند تبادل دانش در بین کارکنان از طریق شناسایی عوامل مؤثر بر آن ضروری می‌باشد.

۱-۳ گزاره‌های تحقیق

۱-۳-۱ پرسش‌های اصلی و فرعی

۱-۳-۱-۱ پرسش‌های اصلی

- ۱) آیا عوامل محیطی با رفتار به اشتراک‌گذاری دانش رابطه دارد؟
 - ۱-۱) آیا متغیرهای زمینه‌ای سازمانی با رفتار به اشتراک‌گذاری دانش رابطه دارد؟
 - ۱-۲) آیا ویژگی‌های بین فردی و تیمی با رفتار به اشتراک‌گذاری دانش رابطه دارد؟
 - ۱-۳) آیا ویژگی‌های فرهنگی با رفتار به اشتراک‌گذاری دانش رابطه دارد؟
- ۲) آیا ویژگی‌های فردی با رفتار به اشتراک‌گذاری دانش رابطه دارد؟
- ۳) آیا عوامل انگیزشی با رفتار به اشتراک‌گذاری دانش رابطه دارد؟
- ۴) آیا عوامل محیطی به واسطه عوامل انگیزشی با رفتار به اشتراک‌گذاری دانش رابطه دارد؟
 - ۴-۱) آیا متغیرهای زمینه‌ای سازمانی به واسطه عوامل انگیزشی با رفتار به اشتراک‌گذاری دانش رابطه دارد؟
 - ۴-۲) آیا ویژگی‌های بین فردی و تیمی به واسطه عوامل انگیزشی با رفتار به اشتراک‌گذاری دانش رابطه دارد؟
 - ۴-۳) آیا ویژگی‌های فرهنگی به واسطه عوامل انگیزشی با رفتار به اشتراک‌گذاری دانش رابطه دارد؟
 - ۵) آیا ویژگی‌های فردی به واسطه عوامل انگیزشی با رفتار به اشتراک‌گذاری دانش رابطه دارد؟

۱-۳-۲ فرضیه‌های تحقیق

۱) عوامل محیطی با رفتار به اشتراک گذاری دانش رابطه دارد.

۱-۱) متغیرهای زمینه‌ای سازمانی با رفتار به اشتراک گذاری دانش رابطه دارد.

۱-۲) ویژگی‌های بین فردی و تیمی با رفتار به اشتراک گذاری دانش رابطه دارد.

۱-۳) ویژگی‌های فرهنگی با رفتار به اشتراک گذاری دانش رابطه دارد.

۲) ویژگی‌های فردی با رفتار به اشتراک گذاری دانش رابطه دارد.

۳) عوامل انگیزشی با رفتار به اشتراک گذاری دانش رابطه دارد.

۴) عوامل محیطی به واسطه عوامل انگیزشی با رفتار به اشتراک گذاری دانش رابطه دارد.

۴-۱) متغیرهای زمینه‌ای سازمانی به واسطه عوامل انگیزشی با رفتار به اشتراک گذاری دانش رابطه دارد.

۴-۲) ویژگی‌های بین فردی و تیمی به واسطه عوامل انگیزشی با رفتار به اشتراک گذاری دانش رابطه دارد.

۴-۳) ویژگی‌های فرهنگی به واسطه عوامل انگیزشی با رفتار به اشتراک گذاری دانش رابطه دارد.

۵) ویژگی‌های فردی به واسطه عوامل انگیزشی با رفتار به اشتراک گذاری دانش رابطه دارد.

۱-۳-۳-۱-۳ هدف‌های تحقیق یا نتایج مورد انتظار

۱-۳-۳-۱) تبیین تأثیر عوامل محیطی بر رفتار به اشتراک گذاری دانش بین مدیران و کارشناسان شرکت فولاد مبارکه اصفهان، این مفاهیم شامل متغیرهای زمینه‌ای سازمانی، ویژگی‌های بین فردی و تیمی و ویژگی‌های فرهنگی می‌باشد.

۱-۳-۳-۲) تبیین تأثیر ویژگی‌های فردی بر رفتار به اشتراک گذاری دانش بین مدیران و کارشناسان شرکت فولاد مبارکه اصفهان، این ویژگی‌ها عبارتند از: میزان تجربه و تحصیلات کارکنان.

۱-۳-۳-۳) تبیین تأثیر عوامل انگیزشی بر رفتار به اشتراک گذاری دانش بین مدیران و کارشناسان شرکت فولاد مبارکه اصفهان؛ این عوامل عبارتند از: اعتقاد به مالکیت دانش، درک منافع و هزینه‌ها، اعتماد و نگرش های فردی.

۱-۴ روش کلی تحقیق

این پژوهش کاربردی، توصیفی-پیمایشی و از نوع همبستگی می‌باشد.

این پژوهش از نظر هدف کاربردی است؛ هدف تحقیق کاربردی، توسعه دانش کاربردی در یک زمینه خاص است، به عبارت دیگر تحقیقات کاربردی به سمت کاربرد علمی دانش هدایت می‌شود. تحقیق حاضر نیز در پی سنجش عوامل تأثیرگذار بر فرایند به اشتراک‌گذاری دانش است که با استفاده از نتایج آن، می‌توان فرایند به اشتراک‌گذاری دانش را در سازمان بهبود داد.

این پژوهش از نظر ماهیت و روش از نوع توصیفی می‌باشد. یک تحقیق توصیفی آنچه را هست، توصیف و تفسیر می‌کند و به شرایط یا رویدادهای موجود، عقاید متداول، فرایندهای جاری، آثار مشهود یا روندهای در حال توسعه توجه دارد. اجرای تحقیق توصیفی می‌تواند صرفاً برای شناخت بیشتر شرایط موجود یا یاری رساندن به فرایند تصمیم‌گیری باشد.

از طرفی این پژوهش می‌تواند از نوع همبستگی باشد؛ این نوع تحقیقات برای کسب اطلاع از وجود رابطه بین متغیرها انجام می‌پذیرد. در واقع محقق می‌خواهد بداند که آیا بین دو چیز یا دو گروه اطلاعات رابطه و همبستگی وجود دارد یا نه؛ یعنی اینکه تغییر در یکی با تغییر در دیگری همراه است یا خیر و اگر چنین ارتباطی وجود دارد، از چه نوع و میزان آن چقدر است (حافظ نیا، ۶۷، ۱۳۷۷).

۱-۴-۱ قلمرو مکانی و جامعه تحقیق

این پژوهش در شرکت فولاد مبارکه اصفهان انجام شده است و جامعه آماری شامل گروه مدیران و کارکنان و کارشناسان می‌باشد؛ حدود ۱٪ از نیروی انسانی شرکت مدیران و ۴۰٪ کارمند و کارشناس و بقیه نیروی کارگری و اپراتور هستند. تعداد کارکنان ستادی این سازمان که شامل جامعه این پژوهش هستند، ۲۸۴۷ نفر می‌باشد.

۱-۴-۲ قلمرو زمانی تحقیق

اجرای این تحقیق از تیرماه ۹۰ تا دی ماه ۹۰ به طول انجامید.

۱-۴-۳ روش نمونه‌گیری و تخمین حجم جامعه

پرسشنامه به روش تصادفی و توسط خود سازمان فولاد مبارکه اصفهان بین کارکنان توزیع شد.

۱-۴-۴ روش‌های گردآوری داده‌ها و ابزار مورد استفاده برای آن