

۱۵۲۹۸۵



دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی

رساله برای اخذ درجه دکتری تربیت بدنی
(گرایش مدیریت و برنامه ریزی)

عنوان:

ارتباط فرهنگ سازمانی و اثربخشی مدیریت دانش با اثربخشی سازمانی
در منتخبی از سازمان های ورزشی و ارائه الگو

استاد راهنما:

پرفسور فریدون تندنویس

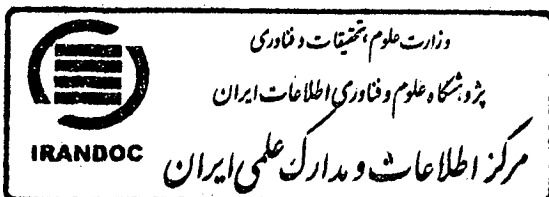
استاد مشاور:

دکتر سید امیر احمد مظفری

دانشجو:

علیرضا امیدی

آذرماه ۱۳۸۹



۱۵۲۹۵۵

۱۳۸۹/۱۲/۱



بسمه تعالی

صورتجلسه دفاع از رساله

جلسه دفاع از رساله دکتری آقای علیرضا امیدی دانشجوی رشته تربیت بدنی گرایش مدیریت ورزشی

تحت عنوان: «ارتباط فرهنگ سازمانی با اثربخشی مدیریت دانش و اثربخشی سازمانی در منتخبی از سازمان های ورزشی و ارائه الگو»

در ساعت ۸ روز دوشنبه ۸۹/۹/۲۲ در محل سالن کنفرانس با حضور امضاء کنندگان ذیل تشکیل گردید.

استاد راهنما: دکتر فریدون تندنویس

استاد مشاور: دکتر سید امیر احمد مظفری

عضو هیات علمی (داوران خارجی): دکتر محمد علی اصلاحی

دکتر ناهید اتقیاء

عضو هیات علمی (داور داخلی): دکتر سیده فریده هادی

آقای علیرضا امیدی خلاصه کارهای تحقیقاتی خود را ارائه نمود و پس از پرسش و پاسخ، هیات داوران کار تحقیقاتی علیرضا امیدی را در سطح عالی ارزشیابی نموده و برای نامبرده نمره ۱۹٫۲۱ را منظور نموده است

دکتر فریدون تندنویس

مدیر تحصیلات تکمیلی دانشکده

تقدیم به :

پدر بزرگوارم

کوه سبز صبر

مادر فداکارم

دریای آبی گذشت

دوست و یاور همیشگی ام که غم و شادی را به رضای

دوست می سنجد

همسر مهربانم

تشکر و قدردانی:

اکنون که به لطف و مدد پروردگار متعال تدوین و نگارش این رساله به اتمام رسیده است، وظیفه خود می‌دانم به رسم ادب و قدرشناسی، مراتب امتنان و سپاس قلبی خود را از یکایک بزرگوارانی که بنده نوازی فرموده و هرکدام به نحوی اینجانب را از نعمت یاری خویش بهره مند ساختند، ابراز کنم:

- از راهنمایی‌های ارزشمند آقای دکتر فریدون تندنویس که امر راهنمایی این تحقیق را بعهدہ داشتند. تشکر می‌نمایم.
- از استاد ارجمند آقای دکتر سید امیر احمد مظفری که مشاوره‌ها و تجربیات ارزنده‌شان نه فقط روشنگر راهم برای کسب علم و دانش بود بلکه همچون چراغی، شیوه زندگی و معلمی را به من آموخت. صمیمانه تشکر می‌کنم.
- از دقت نظر و توجه استادان داور، خانم دکتر فزیده هادوی و آقای دکتر مجدمعلی اصلانخانی تشکر می‌نمایم.
- از مدیران و کارکنان محترم ادارات کل تربیت بدنی، فدراسیون‌های ورزشی و سازمان تربیت بدنی که صمیمانه در طول اجراء همکاری لازم را مبذول داشته‌اند، تشکر و قدردانی می‌نمایم.
- از مساعدت دوستان و همکاران عزیز آقای دکتر حمید یزدانی، رضا قربان جهرمی و اکبر جمشیدی که با نظرات کارشناسی خود به ویژه در عملیات تحلیل آماری مرا همراهی نمودند، تشکر می‌نمایم.

چکیده

هدف از این تحقیق تعیین ارتباط فرهنگ سازمانی و اثربخشی مدیریت دانش یا اثربخشی سازمانی در منتخبی از سازمان های ورزشی بود. تحقیق حاضر از نوع همبستگی است و به روش میدانی انجام شد. جامعه آماری تحقیق شامل مدیران و کارشناسان ستادی سازمان تربیت بدنی، فدراسیون های ورزشی و ادارات کل تربیت بدنی ایران بود. بدین منظور تعداد ۱۶۹ نفر مدیر و ۲۰۹ نفر کارشناس با استفاده از نمونه گیری تصادفی به عنوان نمونه آماری تحقیق انتخاب شدند. ابزار اندازه گیری شامل پرسشنامه های استاندارد فرهنگ سازمانی دنیسون (۲۰۰۷)، اثربخشی مدیریت دانش گولد و همکاران (۲۰۰۱) و اثربخشی سازمانی چاین (۲۰۰۴) بودند. جهت تعیین روایی صوری و محتوایی از نظرات متخصصین، روایی سازه از تحلیل عاملی تأییدی و پایایی ابزار اندازه گیری از آلفای کرونباخ استفاده شد و در راستای تحلیل های تکمیلی و بررسی روابط علی و ارائه مدل، از مدل معادلات ساختاری (SEM) با تاکید بر نرم افزار لیزرل ۹/۲ استفاده گردید.

یافته های تحقیق نشان دادند که فرهنگ سازمانی و اثربخشی سازمانی موجود سازمان های ورزشی مورد مطالعه از وضعیت ضعیفی برخوردار هست و در بین ابعاد فرهنگ سازمانی دنیسون، بعد سازگاری و یکپارچگی امتیاز بالاتری را به خود اختصاص دادند و بعد مشارکت فرهنگ سازمانی کمترین امتیاز را بدست آورد، بطوریکه فرهنگ سازمانی سازمان های ورزشی ایران گرایش بیشتری به فرهنگ ثبات دارد. از طرفی اثربخشی مدیریت دانش در سازمان های ورزشی مذکور از وضعیت مناسبی برخوردار بود و به ترتیب ابعاد تسهیم دانش و خلق دانش امتیاز بالاتری را به خود اختصاص دادند، در حالی که بعد بکارگیری دانش از وضعیت خیلی ضعیفی برخوردار بود. نتایج تجزیه و تحلیل آماری مدل اندازه گیری متغیرهای تحقیق نشان دادند از بین ابعاد فرهنگ سازمانی، بعد مأموریت بیشترین همبستگی ($r=0/94$) را با فرهنگ سازمانی دارد و در واقع بهترین تبیین کننده متغیر فرهنگ سازمانی در سازمان های ورزشی محسوب می شود. در نهایت یافته های مدل معادلات ساختاری نشان دادند که فرهنگ سازمانی تاثیر مستقیمی برابر با ۰/۵۵ بر اثربخشی سازمانی دارد همچنین فرهنگ سازمانی اثر غیر مستقیم و معناداری از طریق اثربخشی مدیریت دانش برابر با ۰/۲۷ بر اثربخشی سازمانی دارد. اثربخشی مدیریت دانش نیز تاثیر مثبت و معناداری برابر با ۰/۴۱ بر اثربخشی سازمانی دارد و در نهایت فرهنگ سازمانی تاثیر مثبت و معناداری برابر با ۰/۶۶ بر اثربخشی مدیریت دانش دارد. بنابراین به سازمان های ورزشی پیشنهاد می شود، برنامه ریزی بلند مدتی جهت تغییر وضعیت فرهنگ سازمانی و تقویت فرهنگ مشارکتی و رسالتی داشته باشند تا با وجود فرهنگی قوی و متعادل، شاهد افزایش اثربخشی فرایندهای خلق و تسهیم دانش و به تبع آن بهبود شاخص های اثربخشی سازمانی باشند.

واژه های کلیدی: سازمان های ورزشی، فرهنگ سازمانی، اثربخشی مدیریت دانش، اثربخشی سازمانی

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

فصل اول: مقدمه و معرفی

۲	مقدمه
۴	مبانی نظری تحقیق
۴	فرهنگ سازمانی
۷	مفهوم فرهنگ سازمانی
۹	سطوح فرهنگ سازمانی
۱۱	ویژگیهای فرهنگ سازمانی
۱۲	انواع فرهنگ سازمانی
۱۳	طبقه بندی هاریسون و هندی
۱۳	طبقه بندی جفری سانی فیلد
۱۴	طبقه بندی اقتضایی
۱۴	شرایط لازم برای تغییر فرهنگ سازمانی
۱۵	مدل های فرهنگ سازمانی
۱۵	مدل پارسونز
۱۶	الگوی رایینز
۱۹	مدل دشیپند
۲۱	مدل ساکس بی
۲۲	مدل دنیسون
۲۳	ویژگی ها، شاخص ها و ابعاد فرهنگ سازمانی بر اساس مدل دنیسون
۲۷	اثر بخشی مدیریت دانش
۲۷	زمینه های شکل گیری مدیریت دانش
۲۸	نگرش دانش محور به سازمان
۲۸	عوامل موثر در توسعه عصر دانایی
۲۹	مفهوم مدیریت دانش
۳۱	هرم دانش

تعریف مدیریت دانش.....	۳۲
طبقه بندی انواع دانش.....	۳۳
اجزای اصلی مدیریت دانش.....	۳۴
عوامل کلیدی موفقیت مدیریت دانش.....	۳۵
زیرساخت های مورد نیاز مدیریت دانش.....	۳۵
فرهنگ سازمانی دانش محور.....	۳۷
چرخه مدیریت دانش.....	۳۹
اثربخشی مدیریت دانش.....	۴۲
توزیع دانش و اثربخشی سازمانی.....	۴۴
اثربخشی سازمانی.....	۴۵
تاریخچه اثربخشی سازمانی.....	۴۵
مفهوم اثربخشی سازمانی.....	۴۶
رویکردهای سستی اثربخشی سازمان.....	۴۸
رویکرد مبتنی بر تأمین هدف.....	۴۸
رویکرد مبتنی بر تأمین منابع.....	۴۹
رویکرد مبتنی بر فرایند درونی.....	۴۹
رویکردهای نوین اثربخشی سازمان.....	۵۰
مقایسه رویکردهای ۴ گانه اثربخشی.....	۵۲
معیارهای هفتگانه برای ارزیابی اثربخشی.....	۵۲
مدل هدف منطقی.....	۵۳
مدل سیستم منابع.....	۵۳
مدل فرایند مدیریت.....	۵۴
مدل بهبود سازمان.....	۵۴
مدل چانه زنی.....	۵۵
مدل ساختار وظیفه ای.....	۵۵
مدل وظیفه ای.....	۵۶

صفحه	عنوان
۵۷	اثربخشی سازمانی در سازمان های ورزشی
۵۹	بیان مساله
۶۲	ضرورت و اهمیت تحقیق
۶۴	اهداف تحقیق
۶۴	هدف کلی
۶۴	اهداف اختصاصی
۶۵	فرضیه های پژوهشی تحقیق
۶۵	پیش فرضهای تحقیق
۶۵	محدودیت های تحقیق
۶۶	تعریف واژه ها و اصطلاحات

فصل دوم: پیشینه تحقیق

۶۹	فرهنگ سازمانی و تاثیرش بر اثربخشی مدیریت دانش
۷۹	فرهنگ سازمانی و تاثیرش بر اثربخشی سازمانی
۸۴	مدیریت دانش و تاثیرش بر اثربخشی سازمانی
۸۸	خلاصه و جمع بندی فصل دوم

فصل سوم: روش تحقیق

۹۳	روش تحقیق
۹۳	جامعه و نمونه آماری
۹۴	متغیرهای تحقیق
۹۶	ابزار جمع آوری داده ها
۹۸	ویژگیهای روان سنجی ابزار اندازه گیری
۱۰۲	روش جمع آوری داده ها
۱۰۳	روشهای آماری

فصل چهارم: یافته های تحقیق

۱۰۶	توصیف داده ها
۱۰۶	الف) توصیف ویژگی های فردی پاسخ دهندگان
۱۰۹	ب) توصیف متغیرهای اصلی تحقیق

۱۱۶.....	آمار استنباطی
۱۱۷.....	مدل های اندازه گیری متغیرهای مکنون
۱۳۳.....	آزمون مدل معادلات ساختاری تحقیق
فصل پنجم: بحث و نتیجه گیری	
۱۴۰.....	خلاصه تحقیق
۱۴۶.....	بحث و نتیجه گیری
۱۶۰.....	پیشنهادهای مبتنی بر یافته های تحقیق
۱۶۲.....	پیشنهاد برای تحقیقات آینده
۱۶۴.....	فهرست منابع
۱۷۶.....	پیوست ها

فهرست جداول

صفحه

عنوان

۸	جدول ۱-۱. چارچوب فرهنگ سازمانی.....
۱۶	جدول ۱-۲. فرهنگ های سازمانی و انواع شخصیت.....
۱۷	جدول ۱-۳. وظایف فرهنگ سازمانی پارسونز.....
۲۱	جدول ۱-۴. مدل فرهنگ سازمانی شاین.....
۲۳	جدول ۱-۵. مدل دشبند.....
۳۰	جدول ۱-۶. سه انقلاب و تغییر اساسی دانش.....
۳۱	جدول ۱-۷. مقایسه سازمان های سنتی با سازمان های نو ظهور.....
۴۱	جدول ۱-۸. منافع بالقوه مدیریت دانش در حوزه منابع انسانی.....
۵۰	جدول ۱-۹. بررسی سیر تاریخی اثربخشی سازمانی.....
۵۷	جدول ۱-۱۰. مقایسه رویکردهای ۴ گانه اثربخشی سازمانی.....
۹۹	جدول ۳-۱. جامعه و نمونه آماری سازمان تربیت بدنی و فدراسیون ها.....
۹۹	جدول ۳-۲. حجم نمونه آماری ادارات کل تربیت بدنی.....
۱۰۴	جدول ۳-۳. مشخصه های برازندگی تحلیل عاملی تاییدی.....
۱۰۵	جدول ۳-۴. ضرایب آلفای کرونباخ کل متغیرها.....
۱۰۵	جدول ۳-۵. ضرایب آلفای کرونباخ مرتبط با خرده مقیاس های فرهنگ سازمانی.....
۱۰۵	جدول ۳-۶. ضرایب آلفای کرونباخ مرتبط با خرده مقیاس های اثربخشی مدیریت دانش.....
۱۰۶	جدول ۳-۷. ضرایب آلفای کرونباخ مرتبط با خرده مقیاس های اثربخشی سازمانی.....
۱۱۰	جدول ۴-۱. توزیع فراوانی «محل خدمت پاسخ دهندگان».....
۱۱۰	جدول ۴-۲. توزیع فراوانی «جنسیت پاسخ دهندگان».....
۱۱۱	جدول ۴-۳. شاخص های آماری «سن» پاسخ دهندگان سازمان تربیت بدنی.....
۱۱۱	جدول ۴-۴. شاخص های آماری «سن» پاسخ دهندگان فدراسیون های ورزشی.....
۱۱۱	جدول ۴-۵. شاخص های آماری «سن» پاسخ دهندگان ادارات کل تربیت بدنی.....
۱۱۲	جدول ۴-۶. شاخص های آماری «سطح تحصیلات» پاسخ دهندگان.....
۱۱۲	جدول ۴-۷. شاخص های آماری «پست سازمانی» پاسخ دهندگان.....
۱۱۳	جدول ۴-۸. شاخص های آماری «سابقه خدمت» پاسخ دهندگان سازمان تربیت بدنی.....
۱۱۴	جدول ۴-۹. شاخص های آماری «سابقه خدمت» پاسخ دهندگان فدراسیون های ورزشی.....
۱۱۴	جدول ۴-۱۰. آمار توصیفی مرتبط با «فرهنگ سازمانی و مولفه های آن».....
۱۱۴	جدول ۴-۱۱. شاخص های آماری «سابقه خدمت» پاسخ دهندگان ادارات کل تربیت بدنی.....
۱۱۵	جدول ۴-۱۲. آمار توصیفی مرتبط با «فرهنگ سازمانی و مولفه های آن» به تفکیک محل خدمت.....

فهرست جداول

عنوان	صفحه
جدول ۴-۱۳. امتیاز شاخص های دوازده گانه فرهنگ سازمانی در کل نمونه تحت بررسی.....	۱۱۶
جدول ۴-۱۴. آمار توصیفی مرتبط با اثربخشی مدیریت دانش و مولفه های آن.....	۱۱۸
جدول ۴-۱۵. آمار توصیفی اثربخشی مدیریت دانش و مولفه های آن به تفکیک محل.....	۱۱۸
جدول ۴-۱۶. آمار توصیفی مرتبط با اثربخشی سازمانی و مولفه های آن.....	۱۱۹
جدول ۴-۱۷. آمار توصیفی مرتبط با اثربخشی سازمانی و مولفه های آن به تفکیک محل خدمت.....	۱۲۰
جدول ۴-۱۸. ماتریس همبستگی مولفه های فرهنگ سازمانی.....	۱۳۷
جدول ۴-۱۹. ماتریس همبستگی مولفه های اثربخشی مدیریت دانش.....	۱۴۰
جدول ۴-۲۰. ماتریس همبستگی مولفه های اثربخشی سازمانی.....	۱۴۳
جدول ۴-۲۱. ماتریس همبستگی بین ابعاد فرهنگ سازمانی و اثربخشی مدیریت دانش با اثربخشی.....	۱۴۴
جدول ۴-۲۲. نتایج همبستگی چند متغیره بین ابعاد فرهنگ سازمانی و اثربخشی سازمانی.....	۱۴۴
جدول ۴-۲۳. نتایج همبستگی چند متغیره بین ابعاد اثربخشی مدیریت دانش و اثربخشی سازمانی.....	۱۴۴
جدول ۴-۲۴. ضرایب رگرسیون پیش بینی اثربخشی سازمانی از روی مولفه های فرهنگ سازمانی.....	۱۴۵
جدول ۴-۲۵. ضرایب رگرسیون پیش بینی اثربخشی سازمانی از روی مولفه های اثربخشی مدیریت.....	۱۴۵
جدول ۴-۲۶. نتایج حاصل از آزمون فرضیات تحقیق بر اساس مدل نهایی.....	۱۴۸

فهرست شکل ها

صفحه	عنوان
۱۰.....	شکل ۱-۱. کوه یخ سازمانی
۲۲.....	شکل ۱-۲. مدل دنیسون
۳۱.....	شکل ۱-۳. هرم دانش: روابط و مفاهیم آن
۴۰.....	شکل ۱-۴. چرخه مدیریت دانش
۴۰.....	شکل ۱-۵. مدل چهار حلقه ای فرایند مدیریت دانش
۴۱.....	شکل ۱-۶. مدل حلزونی فرایند مدیریت دانش
۴۸.....	شکل ۱-۷. رویکردهای سستی سنجش اثربخشی سازمانی
۵۱.....	شکل ۱-۸. چهار الگوی ارزش های اثربخشی
۱۱۱.....	شکل ۴-۱. نمودار راداری امتیاز بدست آمده شاخص های دوازده گانه
۱۱۲.....	شکل ۴-۲. نمودار فرهنگ سازمانی سازمان های ورزشی بر اساس مدل دنیسون

فصل اول

مقدمه و معرفی

امروزه نقش سازمان ها در فرآیند توسعه جوامع بر همگان روشن است و همواره این سوال مطرح است که چرا برخی از سازمان ها در ایفای وظایف خود موفق و برخی ناموفقند. پاسخ به چنین سوال‌هایی مستلزم انجام مطالعات و تحقیقات وسیع در زمینه عوامل مرتبط با اثربخشی سازمان ها است. در همین راستا، محققان با تحقیق بر روی سازمان های مختلف، پی به عوامل کلیدی و مشترکی برده اند که تمرکز اصلی تحقیقات آتی را در بر گرفت. نتایج مطالعات محققانی همچون شاین^۱ (۱۹۹۱)، فیشر^۲ (۲۰۰۰)، دنیسون و جانویکس^۳ (۲۰۰۷)، لی و چوی^۴ (۲۰۰۴)، دیمرست^۵ (۲۰۰۸) و سایرین نشان می دهد که فرهنگ سازمانی و مدیریت دانش از مهم ترین عوامل کلیدی تاثیر گذار بر اثربخشی سازمانی به حساب می آیند (داونپورت و پروساک^۶، ۱۳۷۹). فرهنگ سازمانی، پیوندی نزدیک با فرهنگ اجتماعی دارد و بخش گسترده ای از رفتار و بلوغ سازمانی را می پوشاند و به منظور پدید آوردن دگرگونی و پایداری رفتار مطلوب و سنجیده، کمک های موثری از آن گرفته شده است. فرهنگ سازمانی در قالب مجموعه ای از باورها و ارزشهای مشترک که بر رفتار و اندیشه اعضای سازمان اثر می گذارد، می تواند سرچشمه ای برای حراست و پویایی و یا مانعی در راه پیشرفت به شمار آید (شاین، ۱۹۹۱). ارزشها و فرهنگ سازمانی با هم پیوندی ناگسستنی دارند. ارزشهای سازمانی سازگار و مناسب می توانند به هدایت و رهبری فعالیت های سازمان یاری دهند. چنانچه ارزشها و هنجارهای فرهنگی در جای شایسته خود قرار گیرند و از قدرت و تحرک درونی برخوردار باشند، نه تنها می توانند نیروی وحدت بخش و یگانه ساز میان کارکنان ایجاد کنند، بلکه قادرند وسیله ای کارآمد در بسیج نیروهای سازمان در رسیدن به هدفهای عمومی باشند (طوسی، ۱۳۷۲).

در نگرش جدید نسبت به سازمان، فرهنگ سازمانی و مدیریت آن جایگاه ویژه ای دارد. فرهنگ سازمانی عدسی-های متفاوتی را برای مطالعه سازمان ها فراهم می کند. فرهنگ را روح سازمان و انرژی اجتماعی تعریف می کنند که می تواند سازمان را به جلو براند و یا از حرکت باز دارد. این توان بالقوه به خاطر تاثیری است که فرهنگ سازمانی بر رفتار کارکنان دارد (صفاری، ۱۳۸۷) و با تاثیراتی که بر رفتار افراد دارد؛ یا برای سازمان سودمند و با ارزش بوده، یا غیرسودمند و مخرب خواهد بود. بنابراین فرهنگ سازمانی شیوه انجام امور را برای کارکنان سازمان مشخص می کند (کرمی، ۱۳۸۴). فرهنگ سازمانی نقش تعیین کننده ای در زمینه سازی، سرمایه گذاری و پذیرش یک سیستم جدید همانند مدیریت دانش دارد. مدیریت دانش بعنوان یک سیستم فناوری جدید، نیاز به ارزشها و عرفهای سازمانی جدیدی دارد. که باید آموزش داده شود و فرضیات عمیق فرهنگی مجدداً تعریف شود (داونپورت و پروساک، ۱۳۷۹). بر این اساس، زمانی دانش و اطلاعات بخوبی در سازمان به گردش در می آید که یک فرهنگ جامع و منعطف در سازمان وجود داشته باشد (ایوانز^۷، ۲۰۰۳). فرهنگ دانش محور به عنوان یکی از زیر ساخت های دانش سازمانی، دارای چنان اهمیتی است که دانشمندان بسیاری مانند داونپورت، پروساک، توراکو و سایرین از آن به

^۱ - Schein

^۲ - Fisher

^۳ - Denison & Janovics

^۴ - Lee & Choi

^۵ - Demerest

^۶ - Davenport and Prusak

^۷ - Evans

عنوان یکی از عوامل حیاتی موفقیت مدیریت دانش یاد کرده اند (سیوان^۱، ۲۰۰۰). در عصر حاضر، بدیهی است که سازمان‌هایی که امکانات و منابع افزون تری را به موضوع پژوهش اختصاص می‌دهند، بهتر و بیش‌تر می‌توانند تولید دانایی کنند و در حوزه‌های گوناگون اعم از سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، تصمیم‌گیری و فعالیت‌های اقتصادی موفق‌تر عمل کنند. این پیشتازی در علم و نوآوری و قدرتی که از تولید، کاربرد، و اشاعه دانش حاصل می‌شود، موجبات تفوق سازمان‌هایی می‌شود که بهتر بتوانند دانش را مدیریت نموده و به کار گیرند (شاین، ۱۹۹۲). دانش بزرگ‌ترین مزیت رقابتی کشورها در عرصه اقتصاد جهانی نیز به شمار می‌رود. رقابت جهانی، دگرگونی شتابان، افزایش رقابت‌های ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی سازمان‌های در حال توسعه را وادار می‌دارد تا در پی کسب و حفظ مزیت‌های پایدار باشند و در پی یافتن راه‌حلی بنیادی‌تر، تجربه‌پذیر و حیاتی درخصوص بهبود اثر بخشی مدیریت دانش در سازمان‌های خود باشند و بر این اساس به مهم‌ترین وظیفه جوامع و سازمان‌های امروزی تبدیل شده است. بطوری که مدیریت دانش تنها بر دانش کد شده یا مستند شده اتلاق نمی‌شود، بلکه با تأکید بر دانش ضمنی کسب شده توسط اعضاء، موجب ارتقاء جایگاه سازمان و افزایش اثربخشی و بهره‌وری آن می‌شود (خوارزمی، ۱۳۸۰). لذا جهت تحقق اهداف سازمان، نیاز به کارکنانی است تا فرآیندهای سازمانی را با بهره‌گیری از دانش ضمنی، به شیوه‌ای صحیح هدایت و اجراء کنند. استفاده از اطلاعات و دانش به روز و گسترده در سازمان‌ها، نقش مهمی در افزایش عملکرد کارکنان و به تبع آن عملکرد کلی سازمان دارد (منوریان و عسگری، ۱۳۸۴). مدیریت دانش می‌تواند گستره وسیعی از عملکردهای سازمانی را با استفاده از دانش افراد خود بهبود بخشد. از طرفی نیز گفته شده است که اثربخشی پایدار سازمانها، مبتنی بر دانایی و توسعه فناوری و فرهنگ سازمانی است. اثربخشی، سودمندترین و ارزشمندترین مقصد مدیران سازمان‌ها است و از این رو تلاش مدیران و سازمان‌های مختلف جهت پی‌بردن به موضوعات و عوامل درگیر در افزایش اثربخشی سازمانی پایان‌ناپذیر است (فی و دنیسون^۲، ۲۰۰۳). از نظر سیوان (۲۰۰۰)، سازمانی که بتواند، ارزشها و باورهای موجود در بین اعضای سازمان را بدرستی هدایت کند، فضایی تسهیم و همکاری مشترکی را برای بهره‌گیری از مدیریت دانش در سازمان ایجاد می‌کند، که نهایتاً اگر دانش و اطلاعات بخوبی کسب، تسهیم و بکار گرفته شوند، یادگیری سازمانی و عملکرد افراد سازمانی و بطور کلی عملکرد سازمانی افزایش می‌یابد و در نتیجه دستیابی به اهداف سازمان نیز تسهیل می‌شود (گولد و همکاران، ۲۰۰۱). بنابراین از آنجا که دغدغه اصلی بسیاری از مدیران در سازمان‌های ورزشی، اثربخشی سازمان‌شان می‌باشد و از آن به عنوان یک عامل رقابتی برای برتری بر سازمان‌های رقیب و ماندن در صحنه رقابت ملی و بین‌المللی بهره‌می‌گیرند. به نظر می‌رسد که فرهنگ سازمانی و مدیریت دانش می‌تواند نقش اساسی در افزایش یا کاهش آن داشته باشند.

^۱ - Sivan

^۲ - Fey and Denison

مبانی نظری تحقیق

مطالب این بخش تحت سه عنوان کلی مطرح می‌شود:

۱- فرهنگ سازمانی؛

۲- اثربخشی مدیریت دانش؛

۳- اثربخشی سازمانی.

۱- فرهنگ سازمانی

در فرهنگ فارسی عمید، فرهنگ عبارت است از دانش، ادب، علم، معرفت، تعلیم و تربیت، آثار علمی و ادبی یک قوم یا ملت. در زبان فارسی، واژه فرهنگ از دو بخش «فر» که پیشاوند است و در فارسی هخامنشی و اوستا به صورت «فرا» به معنی «پیش» آمده است، و «هنگ» از ریشه اوستایی «ئنگ» به معنی «کشیدن» و با پیشاوند «آ» به معنی «قصد و نیت» تشکیل شده است (منوریان و همکاران، ۱۳۸۷).

روت بندکت^۱ (۱۹۵۹) فرهنگ را «یک الگوی اندیشیدن و عمل کردن» می‌داند که در همه کوشش‌های مردمی دیده می‌شود و آنان را از دیگر مردمان باز می‌شناساند. از بعدی دیگر، لوی استراس^۲ فرهنگ را یک نظام نمادی مشترک می‌داند که آفریده ذهن انسان است. فرهنگ از راه زیستی (وراثت) انتقال نمی‌یابد؛ بلکه جزء به جزء آن باید از راه تجربه و آموزش آموخته شود (منوریان و همکاران، ۱۳۸۷). ادگار شاین (۱۹۹۱) فرهنگ را «الگویی از مفروضات بنیادی می‌داند که در فراگرد تجربه رویارویی با دشواری‌های نهفته در سازگاری بیرونی و یکپارچگی درونی، از سوی گروهی معین ساخته، کشف شده یا پدید آمده است». بی‌گمان باید پذیرفت که انسان فرهنگ را می‌آفریند و فرهنگ هم انسان را می‌سازد. کروبر و کلوکهان^۳ (۱۹۵۲) در حالی که بیش از یکصد و پنجاه تعریف برای فرهنگ بر شمرده‌اند، سرانجام تعریفی ترکیبی به این شرح پدید آورده‌اند: «فرهنگ دربرگیرنده الگوهای آشکار و پوشیده‌ای از رفتار و برای رفتار است که از راه نمادها که دست‌آورد نمایان گروه‌های انسانی است، آموخته می‌شود و انتقال می‌یابد». هسته ضروری فرهنگ از اندیشه‌های سستی و به ویژه از ارزش‌های پیوسته به آن‌ها تشکیل می‌شود. نظام‌های فرهنگی می‌توانند از یک سو نتیجه و پی‌آمد کنش باشند و از سوی دیگر نیز به عنوان عناصر تعیین‌کننده کنش بیشتر مد نظر قرار گیرند (طوسی، ۱۳۷۲). به نظر شاین، فرهنگ خاصیتی از گروه است؛ هرگاه در گروهی، تجربه مشترک کافی گرد آید، فرهنگ در آن جوانه می‌زند (شاین، ۱۹۹۲).

تعریف فرهنگ سازمانی بدلیل مشخصات پیچیده آن، مشکل است؛ زیرا بخشی از صورت‌های فرهنگ، غیرملموس بوده و قابل مشاهده نیست. باوجود این سختی، به نظر می‌رسد بیشتر نویسندگان بر این نکته اتفاق نظر دارند که فرهنگ سازمانی نقطه محوری و مرکزی عملکرد سازمان است (هافستد و همکاران،^۴ ۱۹۹۰). در این میان محققان بر این نکته تأکید می‌کنند که فرهنگ سازمانی، مقدس، ملایم، به آسانی تغییرناپذیر و دارای بنیان تاریخی بوده و

^۱ - Ruth Benedict

^۲ - Levi Strauss

^۳ - Kroeber and Klochan

^۴ - Hofstede & et al

بطور جمعی پایه گذاری شده است. فرهنگ سازمانی در هر سازمان، منحصر به فرد بوده و از ابعاد عینی و ذهنی تشکیل می شود و با سنت و طبیعت عقاید و انتظارات مشترک درباره زندگی سازمان، ارتباط دارد (شریدر و همکاران^۱، ۲۰۰۵).

فرهنگ عامل قدرتمندی در رفتار فردی و گروهی است. فرهنگ سازمانی، تمامی صور سازمانی از جمله تعامل کارکنان با یکدیگر، انجام دادن کار و لباس پوشیدن، انواع تصمیم هایی که در سازمان اتخاذ می شود، سیاست ها، روش های سازمانی و ملاحظات استراتژی را در بر می گیرد.

گوردون معتقد است، شکل گیری فرهنگ نه یک اتفاق تصادفی است و نه عملی که تنها وابسته به یکی از بنیان گزاران و یا رهبران فعلی سازمان باشد؛ بلکه تا حد قابل توجهی، یک واکنش درونی سازمان به ضرورت های بیرونی است. به زبان ساده، به نظر وی فرهنگ سازمان، محصول موفقیت سازمان در سازگاری آن با محیط و در نتیجه، مقاومت آن در برابر تغییر است (شریدر و همکاران، ۲۰۰۵).

درحالی که برخی از نویسندگان، فرهنگ را به عنوان مفروضات اصلی و پایه ای می دانند که به وسیله کارکنان مورد تأیید قرار گرفته و حفظ می شود (شاین، ۱۹۹۲). بیشتر نویسندگان ترجیح می دهند فرهنگ سازمانی را از منظر ترکیبی از مفروضات، احساسات، عقاید، ارزش ها و رفتار ببینند. در هر یک از این نظریه های منتخب، فرهنگ، ماهیت، ذات، شخصیت و هویت سازمان را تشکیل می دهد؛ از این رو تغییر فرهنگ در بلند مدت و بسیار سخت روی می دهد. برخی از نویسندگان مانند اوتال^۲ (۱۹۸۳) تغییر فرهنگی را غیر ممکن می دانند. براساس متون موجود، فرهنگ می تواند اثر نمایانی بر بهره وری و مزیت رقابتی سازمان داشته باشد (دنسون و همکاران، ۲۰۰۷؛ فی و دنسون، ۲۰۰۳؛ پتینگر، ۱۹۸۹؛ براون، ۱۹۸۳؛ فیول، ۱۹۹۱؛ کیمن، ۱۹۸۴؛ پتروک، ۱۹۹۰؛ شروود، ۱۹۸۸؛ روزنفلد و پتیگریو^۳، ۱۹۸۹) (منوریان و همکاران، ۱۳۸۷). دیدگاه پیترز و واترمن در این خصوص که فرهنگ تنها عامل موفقیت و شکست سازمان است، چندان مورد پذیرش آروگیاسوامی و بیلز^۴ (۱۹۸۷) و شلزینگر و بالزر^۵ (۱۹۸۵) قرار ندارد که معتقدند ارتباط مستقیمی میان فرهنگ و عملکرد وجود ندارد. از دیدگاه آنها تنها رفتار می تواند به طور مستقیم تعیین کننده عملکرد باشد و فرهنگ تنها عامل تعیین کننده رفتار نیست؛ هرچند این نکته نیز قابل درک است که فرهنگ شامل دامنه وسیعی از اجزاء و اشکال خاص متضاد است که اثر مهمی بر رفتار اعضای سازمان می گذارد. با وجود این آشفتگی موجود در خصوص تعریف و مرزهای مفهوم فرهنگ، هنوز هم شمار روز افزونی از مقاله های منتشر شده به این موضوع اختصاص می یابد (دنسون و نیل، ۱۹۹۶؛ هاچ^۶، ۱۹۹۳). در واقع از زمان ادعای کرویر و کلاکسون (۱۹۵۲)، مبنی بر اینکه تعاریف بی شماری از یک مفهوم محدود مطرح می شود، بیشتر محققان از دیدگاه خود به تعریف آنچه که اکنون دانش گسترده ای است، پرداختند؛ به گونه ای که به اندازه محققان فرهنگ سازمانی، برای این واژه تعریف وجود دارد (اوگبونا و ویلکینسون^۷، ۱۹۹۰). هرچند که ممکن است بتوان این پیشنهاد را داد که

^۱ - Schraeder & et al

^۲ - Uttal

^۳ - Bettenger, Brown, Fiol, Kilmann, Petrock, Sherwood, Whipp, Rosenfeld and Pettigrew, Denison et al.

^۴ - Arogyaswamy and Byles

^۵ - Schlesinger and Balzer

^۶ - Hatch

^۷ - Ogbonna and Wilkinson

روند ظهور قطبی شدن تعریف فرهنگ سازمانی، دو طبقه بندی اصلی از تعریف فرهنگ را امکان پذیر می کند: اول، آن دسته از مطالعاتی که فرهنگ را از نظر سودمندی آن به عنوان متغیر سازمانی و عاملی جهت غلبه بر مشکلات سازگاری، مورد بررسی قرار داده اند (برای مثال هریس^۱، ۱۹۹۶؛ پاکانووسکی و اودانل - تروجیلو^۲، ۱۹۸۳؛ شاین، ۱۹۹۲). دوم، آن دسته از مطالعاتی که فرهنگ را بطور مقدماتی از نظر استحقاق آن به عنوان یک ابزار تحقیق اجتماعی توصیف می کنند (کرپس^۳، ۱۹۸۴؛ اسمیرسیچ^۴، ۱۹۸۳؛ زامانوا و گلاسر^۵، ۱۹۹۴) (منوریان و همکاران، ۱۳۸۷).

با وجود تفاوت های موجود در رویکردهای روش شناسانه بکار رفته در این دو دامنه نظری، روشن است که غالب تعریف های معاصر در مورد فرهنگ یک یا چند عامل را از آنچه پتی گریو^۶ (۱۹۷۹) «خانواده مفاهیم»^۷ نامیده است، در خود دارند. اجزای غالب در تعریف خانواده مفاهیم پتی گریو شامل ارزش ها، عقاید، مفروضات، افسانه ها و اسطوره ها، تشریفات و نمادهایی می باشد که اعضاء سازمان در آن بطور عموم سهیم هستند و آنها را به سمت ثبات هدایت می کند. محققان بطور روز افزونی به سودمندی مفهوم سازی فرهنگ به صورت خانواده مفاهیم (برای مثال هریس، ۱۹۹۶؛ اوگبونا، ۱۹۹۳) آگاهی یافته اند؛ زیرا منافع حاصل از چنین مفهوم سازی، مشخصاً مهمتر از مشکلات روش شناسانه آن است. در درجه نخست، در میان این موارد، توجه به این نکته ضروری می نماید که اگر فرهنگ مخلوط مفاهیم غیر شفاف و مبهم مانند تعریف های اولیه شده باشد، چگونه یک محقق آن را مطالعه می کند و چگونه این مفهوم را از مفاهیم مشابه سازمانی مانند جو سازمانی و هنجارها تشخیص می دهد (دنیسون و نیل، ۱۹۹۶)؟ این موضوع از این واقعیت ناشی می شود که مطالعات مختلف بر تفاوت و تنوع اجزای فرهنگ تأکید می کنند. برای مثال، شاین معتقد است که فرهنگ سطوح متفاوتی دارد؛ تصور شاین بر پنداشت های اساسی و ناخودآگاه تمرکز دارد (شاین، ۱۹۹۱). در مقابل مارتین و سیل^۸ (۱۹۸۳) این بحث را مطرح می کنند که بینش وسیعتر، می تواند از طریق آزمون های مشخص ارزش ها به دست آید. از این گذشته، متون مدیریتی مورد توجه، عموماً فرهنگ را یا با تشریفات سازمانی (دیل و کندی، ۱۹۸۲) و یا با ابزارهای قابل مشاهده و مصنوعات ایجاد شده (پیترز و واترمن، ۱۹۸۲) برابر گرفته اند (دنیسون و میشر، ۱۹۹۵).

بسیاری از پژوهش هایی که فرهنگ سازمانی را مورد مطالعه قرار داده اند، آن را اساس و یا بخش مشترک یک سیستم مورد توافق عام، فرض کرده اند. برای مثال، بدویک و بیٹی^۹ (۱۹۸۷)، بر حیاتی بودن ارزش ها تأکید کرده اند. شاین (۱۹۹۱) در خصوص درجه اهمیت فرضیه های اساسی مورد پذیرش عموم بحث می کند و هاچ (۱۹۹۳) سودمندی تحلیل مبتنی بر رضایت طرفین را برای چهار جزء فرهنگ، مورد بحث قرار داده است (دنیسون و میشر، ۱۹۹۵).

^۱ - Harris

^۲ - Pacanowsky and O' Donnell-Trujillo

^۳ - Kreps

^۴ - Smircich

^۵ - Zamanou and Glaser

^۶ - Pettigrew

^۷ - Concept Family

^۸ - Martin and Siehl

^۹ - Badovick and Beatty

مفهوم فرهنگ سازمانی

فرهنگ در یک سازمان، نقش شخصیت در یک فرد را ایفا می کند. فرهنگ پنهان است اما قدرت ایجاد تفاهم و جهت دهی حرکت ها را دارد (گرینود و هینینگز^۱، ۱۹۸۸). در بسیاری از نظریه ها این شخصیت سازمانی به فرهنگ سازمانی ارجاع می شود که به عنوان سیستم اشتراک معانی و باورها و ارزش هایی مطرح می شوند که در نهایت رفتار کارکنان را شکل می دهد.

فرهنگ، الگویی از باورها، سمبل ها، افسانه ها و عملکردهای روزمره ای است که در همه سازمان ها انجام می - شود. همه این ها با هم فرهنگ را می سازند؛ لذا فرهنگ یک متغیر ساده و قابل تفکیک از کل سازمان نیست. فرهنگ هر سازمان، خود آن سازمان است (اسمیرسیچ، ۱۹۸۳).

دنیسون عقیده دارد، فرهنگ سازمانی به ارزش های اساسی، باورها و اصول ارجاع می شود که همچون شالوده ای محکم به نظام مدیریتی خدمت می کنند. علاوه بر آن، هم ارزش ها و باورها و هم نظام مدیریتی، باعث تقویت آن اصول اولیه می گردند. این اصول و ارزش ها ماندگارند؛ زیرا برای اعضای سازمان، حاوی معانی و مفاهیم خاصی هستند. وی معتقد است که پیام و برداشت فرهنگ سازمانی به طور نزدیکی با استراتژیهای سازمانی مرتبط هستند و تأثیر بسیار زیادی بر افرادی که در سازمان کار می کنند، دارند. دنیسون بیان می دارد که فرهنگ به آسانی قابل رؤیت و تماس نیست؛ اما افراد سازمان آن را به خوبی می شناسند و قانون فرهنگ از هر قانون دیگری قوی تر است. در بسیاری از سازمان ها این مهم ترین پیام و برداشت از فرهنگ است (دنیسون، ۲۰۰۰).

هاریسون^۲ (۱۹۹۳)، فرهنگ سازمان را سیما و منظری از سازمان می داند که یک احساس خاص را در مورد سازمان ایجاد می کند. از دیدگاه وی، فرهنگ مجموعه ای از رفتارها، باورها، ارزش ها و روش هایی است که یک سازمان را از سایر سازمان های همگروه، متمایز می کند (زارعی متین، ۱۳۷۴).

مفهوم سازی فرهنگ سازمانی در طول پیوستاری قرار دارد که یک سوی آن ابزاری و سوی دیگر آن آکادمیک است. دو انتهای این پیوستار مفهومی، رویکردهای «فرایندگرایی» و «طبقه بندی» قرار دارد. رویکردهای فرایندگرایی به فرهنگ سازمانی به عنوان خلق متوالی مفاهیم مشترک توجه می کند (شاین^۳، ۱۹۹۲). به نوعی، این رویکرد در مدل شاین چنین تعریف شده است: الگویی از مفاهیم اساسی که گروه آن را در یادگیری برای فائق آمدن بر مسائل مرتبط با سازگاری بیرونی و یکپارچگی داخلی خود اختراع، کشف یا ایجاد کرده اند. این ترکیب چنان کار می کند که به عنوان ارزش، مورد توجه قرار می گیرد و از این رو اعضای جدید به آن به عنوان یک راه درست برای درک، اندیشیدن، و احساس کردن در ارتباط با مسایل خود می نگرند (شاین، ۱۹۹۱). هاناگان (۲۰۰۲) معتقد است، فرهنگ هر سازمان می تواند به عنوان «شیوه ای که ما براساس آن کارها را انجام می دهیم» تعریف شود. فرهنگ را می توان ترکیب پیچیده ای از عوامل واقعی، ملموس و مفروضاتی از قبیل اینکه افراد در سازمان ها چگونه باید رفتار کنند و چگونه رفتار می کنند، دانست (دنیسون و همکاران، ۲۰۰۷).

^۱ - Greenwood and Hinings

^۲ - Harison

^۳ - Alvesson