



رابطه مدیریت دانش و رفتارهای نوآورانه با در نظر گرفتن نقش جو و ساختار سازمانی (مورد مطالعه: صنعت بیمه استان گیلان)

سجاد صالحی کردآبادی

گروه مدیریت دولتی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
Sajjad.salehi1362@yahoo.com

علیرضا رسا

کارشناس ارشد مدیریت دولتی، شرکت بیمه دانا، ایران

حمیدرضا رضایی کلیدبری

گروه مدیریت دولتی، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران

تاریخ پذیرش: ۹۴/۹/۱۱

تاریخ دریافت: ۹۴/۶/۴

چکیده

در این مطالعه ضمن بررسی تاثیرگذاری ساختار و جو سازمانی بر مدیریت دانش، ارتباط آن‌ها با رفتارهای نوآورانه نیز بررسی شده است. سعی بر آن است تا تاثیر ساختار و جو سازمانی بر مدیریت دانش و رفتار نوآورانه در صنعت بیمه استان گیلان مورد مطالعه قرار گیرد. این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر تکنیک اجرا توصیفی و تحلیلی است. جامعه آماری این پژوهش مشتمل بر تمامی کارکنان صنعت بیمه استان گیلان است که تعداد آن‌ها ۳۲۶ نفر است. حجم نمونه نیز به کمک جدول مورگان تعیین گردید و میزان حجم نمونه ۱۸۱ نفر به دست آمد. برای جمع آوری اطلاعات جهت آزمون فرضیه‌ها، از پرسش‌نامه استاندارد استفاده گردیده است. در نهایت فرضیه‌های پژوهش با استفاده از داده‌های جمع‌آوری شده مورد آزمون قرار گرفتند که مشخص گردید بین مدیریت دانش و رفتار نوآورانه با در نظر گرفتن ساختار و جو سازمانی در صنعت بیمه استان گیلان رابطه‌ی معنی‌دار و مثبت وجود دارد.

واژه‌های کلیدی: ساختار سازمانی، جو پشتیبان، جو نوآورانه، خلق دانش، اشتراک دانش، صنعت بیمه.

۱- مقدمه

نوآوری و ایجاد تغییر و دگرگونی در سازمان‌ها، موسسات و شرکت‌ها امری ضروری است. نوآوری به عنوان فرآیند ارائه و به کارگیری ایده‌های جدید و نو در عمل تعریف می‌شود. در ایجاد یا افزایش نوآوری در سازمان‌ها عوامل متعددی دخالت دارند (نعامی و افشاری، ۱۳۸۹). در همین راستا کمبود نوآوری یکی از عوامل اصلی پائین بودن سطح رشد اقتصادی در کشورهای در حال توسعه است و تا زمانی که این کشورها نوآوری و آموزش‌های استفاده از علوم و دانش و افزایش سطح مهارت‌های حرفه‌ای را ارتقا نداده اند کارایی نیروی کار در سطح نازل باقی می‌ماند (ربیعی، ۱۳۸۸). رشد سریع فن‌آوری و فشار جهانی‌سازی موجب گردید تا سازمان‌ها به گونه‌ای مستمر نوآور بوده، فعالیت‌های خود را بهبود بخشیده و با شرایط وفق یابند (Chen et al., 2010). آن قبیل از سازمان‌هایی که رفتارهای نوآورانه در پیش می‌گیرند در مواجهه با تغییرات محیطی موفق‌تر بوده و توانایی‌های خود را برای دست‌یابی به عملکرد بهتر توسعه می‌بخشند (Montes et al., 2004). رفتار نوآورانه رفتار پیچیده‌ای است که شامل سه حیطه‌ی مختلف تولید ایده، پشتیبانی از ایده و عمل به ایده است. رفتار نوآورانه رفتاری پیچیده‌تر از رفتار خلاق است. خلاقیت به تولید ایده‌های جدید و سودمند گفته می‌شود در حالی که رفتار نوآورانه و نوآوری به رشد موفقیت آمیز و اجرای ایده‌های خلاق اشاره دارد (Amabile et al., 1996). اما آن چه که جلب توجه می‌نماید پائین بودن سطح رفتارهای نوآورانه در سازمان‌ها و شرکت‌ها است به گونه‌ای که شرکت‌ها و سازمان‌ها چندان به ایده‌های نوآورانه اهمیتی نمی‌دهند و با توجیه ریسک‌پذیر بودن ایده‌ها سعی می‌کنند چندان توجهی به نوآوری و رفتارهای نوآورانه نداشته باشند (ربیعی، ۱۳۸۸).

شرکت‌های بیمه نیز در استان گیلان مقلد بوده و فاقد مزیت رقابتی نسبت به شرکت‌های بیمه‌ای فعال در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه هستند و بیش‌تر سعی آن‌ها بر این است که انطباقی باشند. به همین خاطر و با توجه به تجربه ۱۰ سال ارتباط محقق با شرکت‌های

بیمه در استان گیلان، کارشناسان و متخصصین در این شرکت‌ها رفتارهای نوآورانه از خود بروز نمی‌دهند. یکی از منابع رفتارهای نوآورانه، دانش است. دانش به عنوان یک دارایی استراتژیک سازمان‌ها را قادر می‌سازد تا به شایستگی‌های ممتازی دست یابند و فرصت‌های نوآورانه را آشکار می‌سازد (Chen, 2004). سازمان‌ها بر اساس میزان دانش خود با یکدیگر به رقابت می‌پردازند. محصولات و خدمات سازمان هر روز پیچیده‌تر شده و نرخ نوآوری و سهم اطلاعات در آن‌ها بیش‌تر می‌شود. در این میان، مدیریت دانش با در اختیار داشتن ابزارهای لازم، به عنوان فرصتی مناسب برای بهبود عملکرد و همچنین ایجاد مزیت رقابتی محسوب می‌شود. لذا مدیریت دانش در جهت اشتراک گذاشتن و به کارگیری دانش در سازمان برای دست‌یابی به مزیت رقابتی، مورد استفاده قرار می‌گیرد (سیدنفوی و فیاضی آزاد، ۱۳۸۸). در همین راستا برخی از مطالعات انجام شده بر نقش مهم مدیریت دانش در فرآیند نوآوری و پیامدهای آن تاکید داشته‌اند (Argote et al., 2003).

شرایط سازمانی می‌توانند زمینه‌هایی را ممکن شوند که تحت آن شرایط به کمک مدیریت دانش بتوان محصولات و خدمات جدید تولید و ارائه نمود. بر این اساس، احتمال دارد که عواملی رابطه مدیریت دانش و رفتارهای نوآورانه را تعدیل نمایند. در این راستا دو متغیر ساختار سازمانی و جو سازمانی از دیگر عوامل شناخته شده‌تر هستند (Chen et al., 2010).

جو سازمانی از نحوه‌ی عملکرد مدیریت خبر می‌دهد، و بر میزان احساس مسئولیت و انجام وظایف و تحقق اهداف سازمانی اثر می‌گذارد (علوی و جهاننداری، ۱۳۸۱). همچنین جو سازمانی مجموعه‌ای از ویژگی‌های قابل توصیف یک سازمان است که در طول یک مقطع زمانی، نسبتاً پایدار می‌ماند. این ویژگی‌ها ضمن آن که بر رفتارهای کارکنان در درون سازمان اثر می‌گذارد، می‌تواند یک سازمان را از سازمان دیگر متمایز کند (نورایی و همکاران، ۱۳۸۷). از دیگر سو، بر اساس مطالعات سازمان، اجرای هر فرآیند سازمانی نیازمند توجه به ملزومات و بستر مناسب آن یعنی ساختار سازمانی است. یکی از مهم‌ترین ابعاد هر سازمان ساختار سازمانی است. شاید

بتوان آن را در پایگاه‌های اطلاعاتی ذخیره کرد، با دیگران مبادله نمود و در فرایند کارهای روزمره به کار گرفت (Du plessis, 2005).

رفتار نوآورانه

رفتار نوآورانه عبارت است از توسعه و اجرای ایده‌های جدید توسط فرد در طول زمان و در حین تعامل با سایر افراد در درون یک سازمان (علیرضایی و تولایی، ۱۳۸۷). هم‌چنین ذکر این نکته ضروری است که رفتار نوآورانه یک عمل مجرد نیست بلکه فرآیندی متشکل از فرآیندهای فرعی مرتبط با یکدیگر است (رضوانی و طغرابی، ۱۳۹۰). نانوکا (۱۹۹۴) پیشنهاد می‌کند که نوآوری زمانی اتفاق می‌افتد که نیروی کار در دانش خود با سازمان شریک باشد و وقتی این دانش مشترک پدید آمد، بینشی جدید چه به صورت همگرا و چه به صورت واگرا به وجود خواهد آمد که در مجموع خواهد توانست نوآوری سازمانی را افزایش دهد (فدایی و نساج حسینی، ۱۳۸۷). در مجموع می‌توان گفت که، رفتار نوآورانه به معنای تغییرات نو، سازنده و موفق در بازار است که ارتقای سطح عملکرد سازمان را به دنبال دارد (Subramaniam and Youndt, 2005).

ساختار سازمانی

ساختار سازمانی می‌تواند مشوق یا مانع مدیریت دانش باشد. میزان تمرکز، رسمیت، چگونگی جریان اطلاعات بین واحدها، وضعیت اسناد و مدارک محرمانه سازمان و ... عوامل ساختاری مهمی هستند که وضعیت ویژگی آن‌ها به طور مستقیم بر خلق، انتقال، ذخیره سازی و به کارگیری دانش در سازمان تاثیر می‌گذارد (منوریان و همکاران، ۱۳۹۰). در این تحقیق، بر اساس نظرات رایبیز^۱ و دسنزو^۲ (۲۰۰۱) در خصوص ابعاد ساختار (با سه مولفه یکپارچگی، رسمیت و تمرکز) به واسطه قدمت و پشتوانه علمی بالا ملاک مطالعه ساختار سازمانی قرار گرفته است. یکپارچگی به حدی گفته می‌شود که بخش‌های مختلف سازمانی به صورت وابسته با هم فعالیت می‌کنند. افراد ضمن همکاری با یکدیگر به اشتراک گذاری اطلاعات و مرادوه با هم می‌توانند

بتوان آن را بعد از اهداف سازمانی، اصلی‌ترین بخش سازمان دانست. ساختار سازمانی الگو و نقشه ارتباطات و تعاملات میان بخش‌ها و اجزاء یک سازمان است (واعظی و سبزیکاران، ۱۳۸۹). ساختار سازمانی معمولاً به سه عنصر رسمیت، تمرکز و پیچیدگی اشاره دارد (کسرابی و علیرحیمی، ۱۳۸۸؛ مظفر، ۱۳۸۶؛ قلی پور، ۱۳۸۰). با توجه به مطالب ذکر شده چون در این پژوهش سعی بر آن است تا رابطه‌ی مدیریت دانش و رفتار نوآورانه با نقش تعدیل‌گری جو و ساختار سازمانی در صنعت بیمه استان گیلان مورد مطالعه قرار گیرد بر اساس مدل تحقیقی سوال اصلی مطرح شده این است که آیا بین مدیریت دانش و رفتار نوآورانه رابطه‌ای وجود دارد؟ با توجه به نقش تعدیل‌گری متغیرهای جو و ساختار سازمانی رابطه بین متغیرهای اصلی تحقیق تحت تاثیر قرار می‌گیرد؟

چارچوب نظری و مدل پژوهش

در این قسمت مبانی نظری تحقیق در پنج بخش اصلی مدیریت دانش، رفتار نوآورانه، جو سازمانی، ساختار سازمانی و تبیین ارتباط این متغیرها به شرح زیر معرفی می‌شود:

مدیریت دانش

مدیریت دانش فرآیندی است که به سازمان‌ها کمک می‌کند تا اطلاعات و مهارت‌های مهم را که به عنوان حافظه سازمانی محسوب می‌شود و به طور معمول به صورت سازماندهی نشده وجود دارند، شناسایی، انتخاب، سازماندهی و منتشر نمایند، این امر سازمان را برای حل مسائل یادگیری، برنامه‌ریزی راهبردی و تصمیم‌گیری‌های پویا به صورت کارآ و مؤثر قادر می‌سازد. مدیریت دانش بر شناسایی دانش و ارائه آن و نیز به روشی که بتواند به صورت رسمی به اشتراک گذارده شود و در نتیجه دوباره مورد استفاده قرار گیرد تاکید می‌ورزد (Shih et al., 2010). مدیریت دانش، مجموعه‌ای از فعالیت‌های سازمانی برای خلق، کسب، توزیع دانسته‌ها و ارتقای به اشتراک گذاری دانش در داخل سازمان و محیط پیرامون آن است (Chen and Huang, 2007). از نگاهی دیگر مدیریت دانش عبارت است از چالش کشف دانایی‌های فردی و تبدیل آن به یک موضوع اطلاعاتی به نحوی که

کارکنان را به منظور ظهور دانش خود برای تولید محصولات نوین بر می‌انگیزاند. کارمندان در سازمان‌هایی که ارزش نوآوری، خلاقیت و تحمل شکست پذیرفته شده است به انجام فعالیت‌های نوآورانه تعهد بیشتری دارند (Anderson and West, 1998) و در محیطی که جو نوآورانه بر آن حاکم است، کارمندان تمایل بیشتری برای تبادل و به اشتراک دانش دارند (Norrgrén and Schaller, 1999). جو پشتیبان نیز نشان می‌دهد که محیط کار دوستانه، مشوقانه، باز، ارتباط محور و مشارکتی است (Wallach, 1983). وجود جو پشتیبان در سازمان سیگنال‌های روشنی برای کارکنان داشته و بیان‌گر آن است که اقدامات و فعالیت‌های نوآوری مورد حمایت و پشتیبانی قرار می‌گیرند. از دیدگاه سرمایه اجتماعی، جو پشتیبان به ترویج فعالیت‌های مشترک در میان افراد کمک نموده و در نتیجه کار گروهی را از طریق ایجاد فضای همکاری و افزایش آزادی‌ها تقویت می‌کند (Nahapiet and Ghoshal, 1998; Shadur et al., 1999). با توجه به مباحث گفته در یک دسته بندی کلی می‌توان نتایج پژوهش‌های مشابه انجام شده را در قالب جدول شماره ۱ نشان داد. در این راستا چارچوب و مدل تحقیق حاضر به صورت شکل شماره ۱ ارائه می‌گردد.

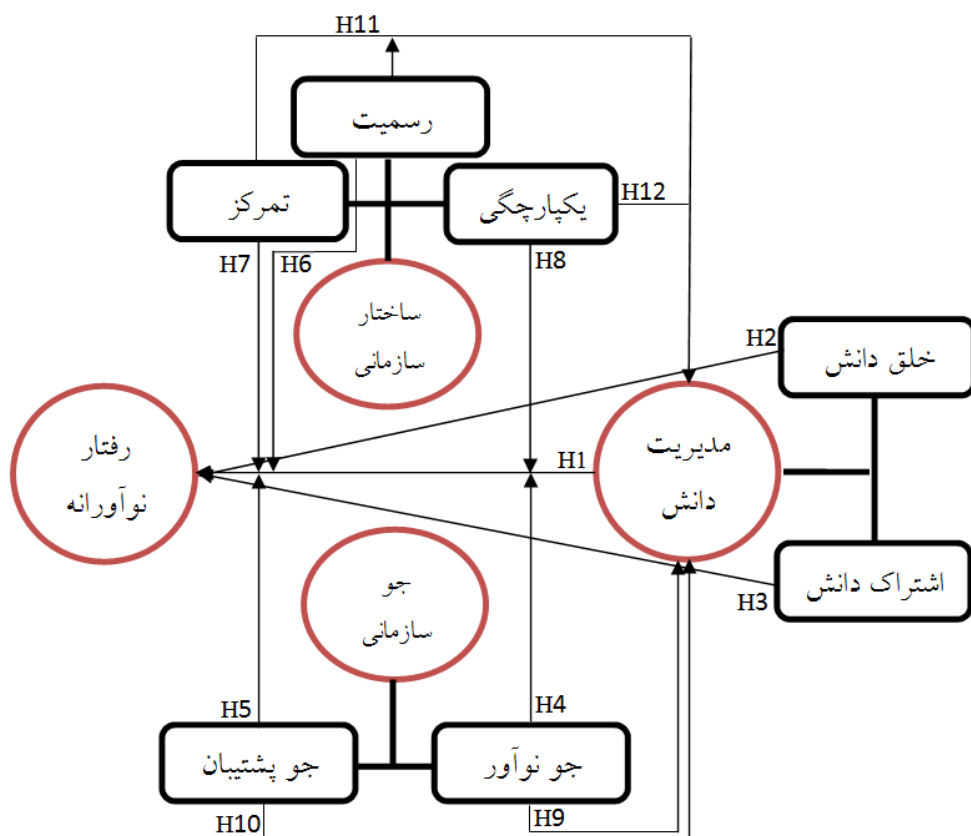
کانال‌های ارتباطی و هماهنگی را برای مبادله تخصص و دانش ایجاد کنند (Janz and Prasarnphanich, 2003). رسمیت به این نکته اشاره دارد که مشاغل درون سازمان تا چه حد استاندارد شده و به چه میزان رفتار کارکنان توسط قوانین و روش‌های سازمانی هدایت می‌شود. در سازمان‌هایی که رسمیت بالایی وجود دارد، روش‌ها و قوانین صریحی موجود است که به احتمال زیاد مانع خود انگیختگی و انعطاف پذیری مورد نیاز برای نوآوری‌های داخلی می‌شود (Chen and Huang, 2007). تمرکز اشاره به اختیار تصمیم‌گیری در سطوح بالاتر سلسله مراتب سازمانی دارد (Child, 2008). تمرکز یک محیط غیر مشارکتی به وجود می‌آورد که موجب کاهش ارتباطات، تعهدات و تعامل کارکنان با وظایف می‌گردد (محمود صالحی و همکاران، ۱۳۹۱).

جو سازمانی

جو یعنی ادراک رسمی و غیررسمی از سیاست‌ها، اعمال و رویه‌های سازمانی که می‌تواند بر متغیرهای دیگر سازمانی اثر بگذارد. جو سازمانی را می‌توان با ادراک کارکنان و توصیف آنان از ویژگی‌های درونی سازمان سنجید (Dickson et al., 2006). فرنچ^۳ و همکاران (۱۹۸۵) معتقدند که جو سازمانی عبارت است از یک پایگاه قوی از ادراک کارکنان درباره ویژگی‌ها و کیفیت سازمانی (زارع و همکاران، ۱۳۸۹). به عبارت دیگر، جو سازمانی به ادراک مشترک از خط‌مشی‌ها، عادات و رویه‌های رسمی و غیررسمی گفته می‌شود (Shadur et al., 1999). فورهند^۴ و گیلمرز^۵ (۱۹۶۴) جو سازمانی را مجموعه‌ای از ویژگی‌های قابل توصیف یک سازمان می‌دانند که در طول یک مقطع زمانی، نسبتاً پایدار می‌ماند. این ویژگی‌ها ضمن آن که بر رفتارهای کارکنان در درون سازمان اثر می‌گذارد، می‌تواند یک سازمان را از سازمان دیگر متمایز کند. جو سازمانی کیفیتی نسبی و پایدار از محیط داخل سازمان است که کارکنان آن را تجربه می‌کنند و بر رفتارشان اثر می‌گذارد (نورایی و همکاران، ۱۳۸۷). در این پژوهش از دو بعد جو نوآورانه و جو پشتیبان استفاده شده است. وجود جو نوآورانه اشتیاق

جدول شماره ۱- خلاصه نتایج مطالعات انجام شده در زمینه موضوع پژوهش

عنوان پژوهش	نتایج
بررسی تاثیر ساختار و جو سازمانی بر مدیریت دانش و نوآوری سازمانی با دیدگاه تعاملات اجتماعی	بر اساس یافته‌های این پژوهش، مدیریت دانش تاثیر مثبتی بر نوآوری دارد؛ در حالی که این اثرگذاری از طریق تاثیر مثبت جو سازمانی حمایتی و ساختار غیرمتمرکز، رسمیت نیافته و منسجم بر مدیریت دانش تعدیل می شود (Chen et al., 2010).
بررسی تاثیر ساختار و جو سازمانی بر مدیریت دانش از طریق متغیر میانجی کنش متقابل اجتماعی	بر اساس نتایج، جو سازمانی نوآورانه و مشارکتی تاثیر مثبت و معناداری بر کنش متقابل اجتماعی دارد. همچنین ساختار سازمانی غیرمتمرکز، کمتر رسمیت یافته و منسجم تاثیر مثبتی بر کنش متقابل اجتماعی دارد و در پایان خود کنش متقابل اجتماعی تاثیر مثبتی بر مدیریت دانش دارد (Chen and Huang, 2007).
رابطه‌ی مدیریت دانش و رفتارهای نوآورانه‌ی سازمان‌ها	در این مطالعه که جامعه آماری آن شرکت های اولدی و خدماتی بوده و ۱۳۶ سازمان مورد مطالعه قرار گرفته اشاره شده است که اگر سازمان ها به گسترش و ایجاد مدیریت دانش در سازمان‌های خود توجه کافی مبذول دارند و اگر کارکنانی در اختیار داشته باشند که به نقش با اهمیت دانش در تمامی سطوح سازمانی پی برده باشند می توانند دست به نوآوری زده و در نهایت رفتارهای نوآورانه داشته باشند (Subramaniam and Youndt, 2005).



شکل ۱- مدل تحقیق

با توجه به مدل تحقیق، فرضیه اصلی تحقیق عبارت است از:

فرضیه‌های گروه اول

فرضیه ۱- بین مدیریت دانش و رفتار نوآورانه در صنعت بیمه استان گیلان رابطه وجود دارد.

فرضیه ۲- خلق و ایجاد دانش رابطه‌ی مثبتی با رفتارهای نوآورانه در صنعت بیمه استان گیلان دارد.

فرضیه ۳- اشتراک دانش رابطه‌ی مثبتی با رفتارهای نوآورانه در صنعت بیمه استان گیلان دارد.

فرضیه‌های گروه دوم

فرضیه ۴- مدیریت دانش هنگامی که سازمان دارای جو سازمانی نوآورانه‌ی بالایی است رابطه‌ی مثبتی با رفتارهای نوآورانه در صنعت بیمه استان گیلان دارد.

فرضیه ۵- مدیریت دانش هنگامی که سازمان دارای جو سازمانی پشتیبان است رابطه‌ی مثبتی با رفتارهای نوآورانه در صنعت بیمه استان گیلان دارد.

فرضیه‌های گروه سوم

فرضیه ۶- مدیریت دانش هنگامی که سازمان دارای رسمیت کمتری است رابطه‌ی مثبتی با رفتارهای نوآورانه در صنعت بیمه استان گیلان دارد.

فرضیه ۷- مدیریت دانش هنگامی که سازمان دارای تمرکز کمتری است رابطه‌ی مثبتی با رفتارهای نوآورانه در صنعت بیمه استان گیلان دارد.

فرضیه ۸- مدیریت دانش هنگامی که سازمان دارای یکپارچگی بیشتری است رابطه‌ی مثبتی با رفتارهای نوآورانه در صنعت بیمه استان گیلان دارد.

فرضیه‌های گروه چهارم

فرضیه ۹- جو سازمانی نوآورانه رابطه‌ی مثبتی با مدیریت دانش در صنعت بیمه استان گیلان دارد.

فرضیه ۱۰- جو سازمانی پشتیبان رابطه‌ی مثبتی با مدیریت دانش در صنعت بیمه استان گیلان دارد.

فرضیه گروه پنجم

فرضیه ۱۱- رسمیت و تمرکز ساختار سازمانی رابطه‌ی منفی با مدیریت دانش در صنعت بیمه استان گیلان دارد.

فرضیه ۱۲- یکپارچگی ساختار سازمانی رابطه‌ی مثبتی با مدیریت دانش در صنعت بیمه استان گیلان دارد.

روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق: از آن جا که هدف پژوهش تعیین روابط علی میان متغیرهای مدیریت دانش، رفتار نوآورانه، ساختار و جو سازمانی است پس پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه‌ی گردآوری اطلاعات توصیفی و از نوع همبستگی است.

ابزار اندازه‌گیری: ابزار جمع آوری داده‌ها در این تحقیق عبارت است از چهار پرسش‌نامه که به طور جداگانه برای سنجش مدیریت دانش، رفتار نوآورانه، ساختار و جو سازمانی استفاده شده‌اند. ابزار سنجش مدیریت دانش قبلاً توسط مطالعاتی که کالوگیرو^۶ و همکاران (۲۰۰۴) و لی^۷ و همکاران (۲۰۰۵) انجام داده‌اند مورد استفاده قرار گرفته و بر این اساس این دو بعد از مدیریت دانش را با پنج سوال (سوال‌های ۱ تا ۵) در پرسش‌نامه مورد سنجش قرار می‌دهد. عوامل خلق و ایجاد دانش شامل دو مولفه است که عبارتند از: (۱) میزان یادگیری کارکنان در محیط کار و (۲) توجه به دانش و کسب مهارت‌های نوین. اشتراک دانش نیز شامل سه مولفه است که عبارتند از: (۱) اشتراک دانش در ملاء عام بین سرپرستان و زیردستان؛ (۲) اشتراک دانش بین همکاران و (۳) اشتراک دانش بین واحدهای سازمانی.

رفتار نوآورانه در سازمان توسط سه مولفه و با سه سوال (سوال‌های ۶ تا ۸) در پرسش‌نامه مورد ارزیابی قرار گرفت تا (۱) توانایی سازمان به منظور توسعه‌ی موثر رفتارهای نوآورانه در امر ارائه‌ی خدمات نوین (تولید ایده)، (۲) استفاده از فن‌آوری‌های جدید (پشتیبانی از ایده) و (۳) در پیش گرفتن رویه‌های نوین (عمل به ایده) مورد سنجش قرار گیرد.

جو سازمانی نیز همواره به عنوان متغیری چندبعدی مطرح بوده است. اما بر اساس مطالعات گذشته (به طور مثال Shadur et al., 1999) در این مطالعه با پنج سوال

است که تعداد آن‌ها ۳۲۶ نفر است. حجم نمونه نیز به کمک جدول مورگان تعیین گردید و میزان حجم نمونه ۱۸۱ نفر به دست آمد.

یافته‌های پژوهش

با توجه به جدول شماره ۲ و آمار توصیفی متغیرهای جمعیت شناختی مربوط به جنسیت نشان می‌دهد که ۶۷٪ از نمونه آماری پاسخگو، مرد و ۳۳٪ کارکنان شرکت کننده زن بودند. متغیرهای جمعیت شناختی مربوط به سن پاسخ دهندگان نشان می‌دهد که ۸۷٪ نمونه‌ی آماری بالای ۳۰ سال سن داشته‌اند و توزیع سنی پاسخ دهندگان بیان‌گر این است که تعداد قابل توجهی از پاسخ دهندگان با مسائل مدیریتی مختلفی در طول زندگی خود روبرو شده‌اند و این موضوع توانایی قضاوت درباره‌ی موضوع‌ها و مسائل سازمانی را به آن‌ها می‌دهد. متغیرهای جمعیت شناختی مربوط به تحصیلات نیز نشان می‌دهد که ۸۱٪ نمونه‌ی آماری دارای تحصیلات دانشگاهی بودند و این موضوع بیان‌گر این است که اعضای نمونه دارای قدرت اندیشه و قضاوت منطقی در مورد موضوع‌های مورد پرسش بوده‌اند.

جدول شماره ۲- ویژگی‌های عمومی پاسخ دهندگان

جنسیت		سن					تحصیلات		
مرد	زن	۲۰-۳۰	۳۱-۴۰	۴۱-۵۰	۵۱ و بالاتر	دیپلم	فوق دیپلم	لیسانس	فوق لیسانس و بالاتر
۶۷٪	۳۳٪	۱۳٪	۴۳٪	۲۵٪	۱۹٪	۱۹٪	۱۷٪	۴۶٪	۱۸٪

همچنین نتایج داده‌ها بیان‌گر آن است که متغیر مدیریت دانش دارای مینیمم ۱،۹۶ و ماکزیمم ۴،۵۳ بوده، میانگین آن ۳،۶۳ است و انحراف معیار آن نیز

(سوال‌های ۹ تا ۱۳) در پرسش‌نامه دو بعد را برای جو سازمانی در نظر گرفته‌ایم که شامل جو نوآورانه و جو پشتیبان است. جو نوآورانه توسط پرسش‌هایی درباره‌ی محیط مشوق، انگیزش و تعهد به نوآوری مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. هم‌چنین محیط پشتیبان نیز شامل دو مولفه بوده و اشاره دارد که کارکنان نیازمند حمایت و احساس امنیت هستند.

درباره ساختار سازمانی نیز این متغیر بر اساس سه بعد رسمیت، تمرکز و یکپارچگی با هشت سوال (سوال‌های ۱۴ تا ۲۱) در پرسش‌نامه مورد ارزیابی قرار گرفت (Andrew and Kacmar, 2001).

این پرسش‌نامه‌ها، پس از مطالعه‌ی کتب و مقالات مربوط به تحقیق و مطالعه‌ی پرسش‌نامه‌های مقالات و دیگر پژوهش‌ها و هم‌چنین پس از تأیید صاحب نظران مدیریت و پس از اطمینان از روایی محتوا و رفع نقاط ضعف توزیع گردید. برای محاسبه پایایی نیز از روش آلفای کرونباخ استفاده شده که نتایج در جدول شماره ۲ آورده شده است.

جدول شماره ۱- محاسبه‌ی آلفای کرونباخ

متغیر	آلفای کرونباخ محاسبه شده	نتیجه‌ی نهایی	مردود
		پذیرش	
مدیریت دانش	۸۴/۹	✓	
نوآوری	۸۶/۸	✓	
جو سازمانی	۹۴	✓	
رسمیت	۸۷/۷	✓	
تمرکز	۷۶/۹	✓	
یکپارچگی	۸۰/۴	✓	

جامعه و نمونه آماری. جامعه‌ی آماری این پژوهش مشتمل بر تمامی کارکنان صنعت بیمه استان گیلان

آن است که میزان کاهش رسمیت ساختار سازمانی در صنعت بیمه استان گیلان از جایگاه مناسبی برخوردار نیست و این امر می‌تواند سدی محکم برای عرضه نوآوری بیش‌تر در سازمان‌ها باشد.

متغیر تمرکز دارای مینیمم ۲,۰۸ و ماکزیمم ۴,۰۴ بوده، میانگین آن ۳,۱۵۱ است و انحراف معیار آن نیز ۰,۳۰۸۴۵ و واریانس آن ۰,۹۵ مشاهده شد. با توجه به این که این متغیر با طیف لیکرت و امتیاز ۱ تا ۵ مورد سنجش قرار گرفته است بنابراین میانگین به دست آمده بیش‌تر از میانگین مورد انتظار (۳) است. این امر بیان‌گر آن است که میزان تمرکز ساختار سازمانی در صنعت بیمه استان گیلان کمی بالاتر از حد متوسط است که این امر نیز می‌تواند میزان مدیریت دانش و رفتارهای نوآورانه را تحت تاثیر منفی خود قرار دهد.

آزمون فرضیه‌های پژوهش

به منظور آزمون فرضیه‌های تحقیق از نرم افزار SPSS استفاده شده است که به ترتیب زیر نتایج حاصل مورد بحث قرار داده می‌شوند:

آزمون فرضیه‌های گروه اول

فرضیه ۱- بین مدیریت دانش و رفتار نوآورانه در صنعت بیمه استان گیلان رابطه وجود دارد.

با توجه به جدول شماره ۳ مشاهده می‌شود که مقدار سطح معناداری برابر با $0/05 < Sig = 0/00$ است. به همین دلیل با اطمینان ۹۵ درصد فرضیه تحقیق تایید می‌شود و این رابطه معنادار است. هم‌چنین بر اساس این جدول می‌توان گفت شدت همبستگی بین دو متغیر رفتار نوآورانه و مدیریت دانش $38/6+$ درصد است، که این بیان‌گر رابطه مستقیم بین دو متغیر است.

۰,۴۵۶۳۳ مشاهده شد. با توجه به این که این متغیر با طیف لیکرت و امتیاز ۱ تا ۵ مورد سنجش قرار گرفته است بنابراین میانگین به دست آمده بیش‌تر از میانگین مورد انتظار (۳) است. این امر بیان‌گر آن است که مدیریت دانش در صنعت بیمه استان گیلان هر چند از میانگین مورد انتظار بیش‌تر است اما می‌تواند ارتقاء یابد.

متغیر رفتار نوآورانه نیز دارای مینیمم ۲,۳۶ و ماکزیمم ۴,۵۳ بوده، میانگین آن ۳,۳۱ است و انحراف معیار آن نیز ۰,۳۷۳۴۱ مشاهده شد. این امر نشان می‌دهد که رفتار نوآورانه نیز از موقعیت مناسبی در شرکت صنعت بیمه استان گیلان برخوردار بوده و قابلیت ارتقاء نیز دارد.

متغیر جو سازمانی دارای دارای مینیمم ۱,۹۵ و ماکزیمم ۳,۷۴ بوده، میانگین آن ۲,۷۹ است و انحراف معیار آن نیز ۰,۳۷۵۷۶ و واریانس آن ۰,۱۴۱ مشاهده شد. با توجه به این که این متغیر با طیف لیکرت و امتیاز ۱ تا ۵ مورد سنجش قرار گرفته است بنابراین میانگین به دست آمده کم‌تر از میانگین مورد انتظار (۳) می‌باشد. این امر بیان‌گر آن است که جو سازمانی در صنعت بیمه استان گیلان چندان مناسب نبوده و ممکن است این شرکت‌ها از ایده‌های نوآورانه و مدیریت دانش حمایت لازم را به عمل نیاورند.

متغیر یکپارچگی دارای مینیمم ۲,۸۱ و ماکزیمم ۴,۴۲ بوده، میانگین آن ۳,۶۱ است و انحراف معیار آن نیز ۰,۳۲۴۸۰ و واریانس آن ۰,۱۰۵ مشاهده شد. با توجه به این که این متغیر با طیف لیکرت و امتیاز ۱ تا ۵ مورد سنجش قرار گرفته است بنابراین میانگین به دست آمده بیش‌تر از میانگین مورد انتظار (۳) است. این امر بیان‌گر آن است که میزان یکپارچگی ساختار سازمانی در صنعت بیمه استان گیلان از موقعیت مناسبی برخوردار است.

متغیر رسمیت دارای مینیمم ۱,۵۶ و ماکزیمم ۴,۷۸ بوده، میانگین آن ۳,۹۸ است و انحراف معیار آن نیز ۰,۳۶۴۴۷ و واریانس آن ۰,۱۳۳ مشاهده شد. با توجه به این که این متغیر با طیف لیکرت و امتیاز ۱ تا ۵ مورد سنجش قرار گرفته است بنابراین میانگین به دست آمده بیش‌تر از میانگین مورد انتظار (۳) است. این امر بیان‌گر

جدول شماره ۳- همبستگی بین مدیریت دانش و ابعاد آن با رفتار نوآورانه

متغیرها	تعداد	میزان ضریب همبستگی	سطح معنی داری	نتیجه
رفتار نوآورانه و مدیریت دانش	۱۸۱	+ ۳۸/۶	۰/۰۰۰	تائید رابطه
رفتار نوآورانه و خلق دانش	۱۸۱	+ ۲۴/۶	۰/۰۱۵	تائید رابطه
رفتار نوآورانه و اشتراک دانش	۱۸۱	+۴۶/۷	۰/۰۰۰	تائید رابطه

آزمون فرضیه‌های گروه دوم

فرضیه ۴) مدیریت دانش هنگامی که سازمان دارای جو سازمانی نوآورانه بالایی است رابطه‌ی مثبتی با رفتارهای نوآورانه در صنعت بیمه استان گیلان دارد.

فرضیه ۵) مدیریت دانش هنگامی که سازمان دارای جو سازمانی پشتیبان است رابطه‌ی مثبتی با رفتارهای نوآورانه در شرکت‌های تولیدی استان گیلان دارد.

مطابق جدول شماره ۴ ورود متغیر جو نوآورانه باعث می‌شود که مقدار آر (شدت ارتباط) در حدود ۳۷/۴ درصد افزایش یابد. به این ترتیب می‌توان گفت که ورود این متغیر در حدود ۴۲ درصد قدرت تبیین مدل را افزایش می‌دهد. از سوی دیگر ضریب بتا نشان می‌دهد که این تاثیر مثبت است.

هم‌چنین، مشاهده می‌شود ورود متغیر جو پشتیبان باعث می‌شود که مقدار آر (شدت ارتباط) در حدود ۳۱/۵ درصد افزایش یابد. به این ترتیب می‌توان گفت که ورود این متغیر در حدود ۳۴ درصد قدرت تبیین مدل را افزایش می‌دهد. از سوی دیگر ضریب بتا نشان می‌دهد که این تاثیر مثبت است.

فرضیه ۲) خلق و ایجاد دانش رابطه‌ی مثبتی با رفتارهای نوآورانه در صنعت بیمه استان گیلان دارد. با توجه به جدول شماره ۴ مشاهده می‌شود که مقدار سطح معناداری برابر با $0/05 < Sig = 0/015$ است. به همین دلیل با اطمینان ۹۵ درصد فرضیه تحقیق تایید می‌شود و این رابطه معنادار است. هم‌چنین می‌توان گفت شدت همبستگی بین دو متغیر رفتار نوآورانه و خلق دانش $+24/6$ درصد است که این بیان‌گر رابطه مستقیم بین دو متغیر است.

فرضیه ۳) اشتراک دانش رابطه‌ی مثبتی با رفتارهای نوآورانه در صنعت بیمه استان گیلان دارد. با توجه به جدول شماره ۵ مشاهده می‌شود که مقدار سطح معناداری برابر با $0/05 < Sig = 0/000$ است. به همین دلیل با اطمینان ۹۵ درصد فرضیه تحقیق تایید می‌شود و این رابطه معنادار است. هم‌چنین می‌توان گفت شدت همبستگی بین دو متغیر رفتار نوآورانه و اشتراک دانش $+47/7$ درصد است که این بیان‌گر رابطه مستقیم بین دو متغیر است.

جدول شماره ۴- نتایج رگرسیون رفتار نوآورانه، مدیریت دانش و جو نوآورانه و جو پشتیبان

رفتار نوآورانه (متغیر وابسته)	مقدار آر	مربع آر	بتا	سطح معنی داری ضرایب بتا	سطح معنی داری مدل	آماره دوربین و واتسون	عامل تورم واریانس	مقادیر قابل اغماض	نتیجه
مدیریت دانش	۷۶/۰	۵۷/۸	+۰/۱۹۳	۰/۰۰۷	۰/۰۰۰	۱/۷۰۶	۱/۰۸۶	۰/۹۲۰	تائید
جونوآورانه			+۰/۶۸۳	۰/۰۰۰			۱/۰۸۶	۰/۹۲۰	تائید
مدیریت دانش	۷۰/۱	۴۹/۲	+۰/۲۹۲	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۲/۰۱۸	۱/۰۲۶	۰/۹۷۵	تائید
جو پشتیبان			+۰/۵۹۳	۰/۰۰۰			۱/۰۲۶	۰/۹۷۵	تائید

آزمون فرضیه‌های گروه سوم

فرضیه ۶- مدیریت دانش هنگامی که سازمان دارای رسمیت کم‌تری است رابطه‌ی مثبتی با رفتارهای نوآورانه در صنعت بیمه استان گیلان دارد.

فرضیه ۷- مدیریت دانش هنگامی که سازمان دارای تمرکز کم‌تری است رابطه‌ی مثبتی با رفتارهای نوآورانه در صنعت بیمه استان گیلان دارد.

فرضیه ۸- مدیریت دانش هنگامی که سازمان دارای یکپارچگی بیش‌تری است رابطه‌ی مثبتی با رفتارهای نوآورانه در صنعت بیمه استان گیلان دارد.

در جدول شماره ۳ مشاهده گردید که شدت رابطه بین متغیرهای رفتار نوآورانه و مدیریت دانش برابر $38/6$ است. حال با ورود متغیر رسمیت، تمرکز و یکپارچگی مطابق جدول شماره ۵ نتایج رگرسیون چندگانه به شرح زیر است. همان طور که مشاهده می شود ورود متغیر رسمیت باعث می شود که مقدار آر (شدت ارتباط) در

حدود ۱۰ درصد افزایش یابد. به این ترتیب می توان گفت که ورود این متغیر در حدود $8/2$ درصد قدرت تبیین مدل را افزایش می دهد. ازسوی دیگر ضریب بتا نشان می دهد که این تاثیر منفی می باشد.

می‌شود ورود متغیر کاهش تمرکز نیز باعث می‌شود که مقدار آر (شدت ارتباط) در حدود $24/1$ درصد افزایش یابد. به این ترتیب می توان گفت که ورود این متغیر در حدود $24/4$ درصد قدرت تبیین مدل را افزایش می دهد. ازسوی دیگر ضریب بتا نشان می دهد که این تاثیر منفی است.

هم چنین، ورود متغیر یکپارچگی باعث می‌شود که مقدار آر (شدت ارتباط) در حدود $4/2$ درصد افزایش یابد. به این ترتیب می‌توان گفت که ورود این متغیر در حدود $4/2$ درصد قدرت تبیین مدل را افزایش می‌دهد. ازسوی دیگر ضریب بتا نشان می‌دهد که این تاثیر مثبت است.

جدول شماره ۵- نتایج رگرسیون رفتار نوآورانه، مدیریت دانش و کاهش رسمیت

رفتار نوآورانه (متغیر وابسته)	مقدار آر	مربع آر	بتا	سطح معنی داری ضرایب بتا	سطح معنی داری مدل	آماره دوربین واتسون	عامل تورم واریانس	مقادیر قابل اغماض	نتیجه
مدیریت دانش	48/1	23/2	+0/319	0/001	0/000	1/570	1/054	0/948	تائید
کاهش رسمیت			-0/296	0/002			1/054	0/948	تائید
مدیریت دانش	62/7	39/3	+0/303	0/000	0/000	1/757	1/028	0/972	تائید
کاهش تمرکز			-0/501	0/000			1/028	0/972	تائید
مدیریت دانش	43/7	19/1	+0/348	0/000	0/000	1/713	1/035	0/966	تائید
یکپارچگی			+0/208	0/030			1/035	0/966	تائید

آزمون فرضیه‌های گروه چهارم

فرضیه ۹- جوسازمانی نوآورانه رابطه مثبتی با مدیریت دانش در صنعت بیمه استان گیلان دارد.

فرضیه ۱۰- جوسازمانی پشتیبان رابطه مثبتی با مدیریت دانش در صنعت بیمه استان گیلان دارد.

با توجه به جدول شماره ۶ مشاهده می‌شود که مقدار سطح معناداری برابر با $0/05 < 0/015 = Sig$ است. به همین دلیل با اطمینان ۹۵ درصد فرضیه تحقیق تایید می‌شود و این رابطه معنادار است. هم چنین می‌توان گفت شدت همبستگی بین دو متغیر جو سازمانی و مدیریت

دانش در صنعت بیمه استان گیلان $23/1 +$ درصد است که این بیان گر رابطه مستقیم بین دو متغیر است. در خصوص فرضیه شماره ۱۰ نیز مشاهده شد که مقدار سطح معناداری برابر با $0/05 < 0/023 = Sig$ است. به همین دلیل با اطمینان ۹۵ درصد فرضیه تحقیق تایید می‌شود و این رابطه معنادار است. هم چنین می‌توان گفت شدت همبستگی بین دو متغیر جو سازمانی پشتیبان و مدیریت دانش در صنعت بیمه استان گیلان $24/6 +$ درصد است که این بیان گر رابطه مستقیم بین دو متغیر است.

جدول شماره ۶- همبستگی بین مدیریت دانش و جو سازمانی نوآورانه و جو سازمانی پشتیبان

متغیرها	تعداد	میزان ضریب همبستگی	سطح معنی داری	نتیجه
جو سازمانی نوآورانه و مدیریت دانش	۹۷	+ ۲۳/۱	۰/۰۱۵	تائید رابطه
جو سازمانی پشتیبان و مدیریت دانش	۹۷	+ ۲۴/۶	۰/۰۲۳	تائید رابطه

آزمون فرضیه‌های گروه پنجم

فرضیه ۱۱- رسمیت و تمرکز ساختار سازمانی رابطه منفی با مدیریت دانش در صنعت استان گیلان دارد.

فرضیه ۱۲- یکپارچگی رابطه مثبتی با مدیریت دانش در صنعت بیمه استان گیلان دارد.

با توجه به جدول شماره ۷ مشاهده می‌شود که سطح معنی‌داری به دست آمده‌ی مدل (۰/۱۲۴) رابطه بین مولفه‌های رسمیت و تمرکز ساختار سازمانی و مدیریت

دانش معنی دار نیست، یعنی از یک الگوی خطی پیروی نمی‌کند در نتیجه فرضیه تحقیق رد می‌گردد.

هم چنین در جدول شماره ۷ مشاهده می‌شود که سطح معنی‌داری به دست آمده‌ی مدل (۰/۱۲۴) رابطه بین مولفه یکپارچگی ساختار سازمانی و مدیریت دانش معنی‌دار نیست، یعنی از یک الگوی خطی پیروی نمی‌کند در نتیجه فرضیه تحقیق رد می‌گردد.

جدول شماره ۷) نتایج رگرسیون بین مدیریت دانش رسمیت، تمرکز و یکپارچگی

مدیریت دانش	مقدار آر	مربع آر	بتا	سطح معنی داری ضرایب بتا	سطح معنی داری مدل	نتیجه
رسمیت	۲۴/۴	۰/۶	- ۰/۱۶۳	۰/۲۳۶	۰/۱۲۴	عدم تائید کلی مدل
تمرکز			- ۰/۰۳۱	۰/۸۱۱		
یکپارچگی			۰/۰۹۶	۰/۴۰۱		

نتیجه‌گیری در زمینه مطابقت بین یافته‌های تحقیق حاضر و قبلی

در تحقیقی که تحت عنوان «مدیریت دانش و رفتار نوآورانه با توجه به نقش جو و ساختار سازمانی» در ۱۴۶ سازمان توسط چن و همکاران (۲۰۱۰) در تایوان انجام شده است. نتایج بیان‌گر آن است که بین مدیریت دانش و رفتار نوآورانه رابطه‌ی مثبت و معناداری وجود دارد. علاوه بر آن ساختار سازمانی که شامل گرایش به عدم تمرکز، یکپارچگی و کاهش رسمیت ساختار بوده است به عنوان تعدیل‌گر در رابطه‌ی بین مدیریت دانش و رفتار نوآورانه نقش مثبتی ایفا می‌کند. هم‌چنین این مطالعه نشان داده است که بین مدیریت دانش و رفتار نوآورانه با توجه به جو سازمانی نیز رابطه معنادار وجود دارد. از میان ابعاد جو سازمانی که در برگیرنده‌ی دو بعد جو نوآورانه و جو پشتیبان است مشخص گردید که تنها جو

پشتیبان در رابطه بین مدیریت دانش و رفتار نوآورانه موثر بوده و جو نوآورانه نقشی در رابطه‌ی این دو ایفا نمی‌کند. در همین راستا در این تحقیق نیز مشخص گردید که بین مدیریت دانش و رفتار نوآورانه رابطه معنادار و مستقیمی برقرار است و از سوی دیگر جو سازمانی و ساختار سازمانی و ابعاد آن‌ها رابطه‌ی معنادار و مستقیمی با مدیریت دانش و رفتار نوآورانه دارند.

«رابطه‌ی مدیریت دانش و رفتارهای نوآورانه‌ی سازمان‌ها» نیز یکی دیگر از مطالعاتی بوده که در این زمینه انجام شده است. در این مطالعه اشاره شده است که اگر سازمان‌ها به گسترش و ایجاد مدیریت دانش در سازمان‌های خود توجه کافی مبذول دارند و اگر کارکنانی در اختیار داشته باشند که به نقش با اهمیت دانش در تمامی سطوح سازمانی پی برده باشند می‌توانند دست به نوآوری زده و در نهایت رفتارهای نوآورانه داشته باشند و

عمل آورند تا بتواند به نوعی داری مزیت رقابتی پایدار نسبت به سایر رقبا گردند که این مهم نیز عامل ماندگاری هرسازمانی در محیط رقابتی و پیچیده است.

✓ نکته‌ی مهمی که نمره‌ای کم‌تر از میانگین مورد انتظار را به خود اختصاص داده وجود محیطی در سازمان است که مشوق ایده‌های نوآورانه باشد. جای بسی تعجب است در شرکت‌های بیمه که رضایت مراجعان از خدمات آنان باید سرلوحه‌ی کار باشد و رضایت مشتریان نیز در عصر پر شتاب کنونی جز با نوآوری تامین نمی‌شود چگونه است که از ایده‌های نوآورانه حمایت لازم صورت نمی‌پذیرد. این امر بیان‌گر آن است که برخی از مدیران و سرپرستان به ایده‌های نوآورانه به چشم مزاحمانی می‌نگرند که مانع آسایش و آرامش‌شان می‌شود. شرکت‌های بیمه باید با بهره‌گیری از ایده‌های نوآورانه به فکر ارائه خدماتی مطابق خواسته و تقاضای مشتریان خود باشند و اگر غیر از این باشد، ماندگاری آنان در بازار رقابت مطمئناً به خطر خواهد افتاد.

✓ هم‌چنین متأسفانه مشاهده گردید که مولفه‌ی ایجاد انگیزه از جانب سازمان برای تولید ایده‌های نوآورانه نیز مقداری کم‌تر از میانگین مورد انتظار را کسب نموده است. در عصر کنونی که عصر رقابت محوری است و شرکت‌ها برای بقای خود نیازمند نوآوری هستند ضروری است که شرکت‌های بیمه با حمایت‌های مادی و معنوی از ایده‌های نوآورانه کارکنان خویش را به مشارکت بیشتر نسبت به این امر تشویق نموده تا از قبل آن بتوانند به تعالی سازمانی دست یابند.

✓ در مبحث ساختار سازمانی مولفه‌ی تفویض اختیار به کارکنان میانگینی کم‌تر از مقدار مورد انتظار را نشان می‌دهد. تفویض اختیار و قدرت تصمیم‌گیری احساس مهم بودن را به کارکنان تزریق می‌کند که می‌تواند به رضایت شغلی منجر گردد. بهتر است شرکت‌های بیمه در ساختار سازمانی خود انعطاف بیشتری به خرج داده و تفویض اختیار و قدرت تصمیم‌گیری را به کارکنان و مدیران سطوح پائین‌تر نیز اعطا کنند. در این صورت مشارکت کارکنان در همکاری‌های جمعی بیشتر شده و نسبت به وظایفی که دارند احساس مسئولیت بیشتری خواهند داشت.

رابطه‌ی بین مدیریت دانش و رفتار نوآورانه مورد تایید قرار گرفت و نتایج پژوهش حاضر نیز وجود رابطه بین این دو متغیر را مورد پذیرش قرار داده است.

پیشنهادات بر اساس سوال‌های تحقیق

✓ با توجه به جدول میانگین سوالات مشخص گردید که کارکنان در محیط کاری خود چندان به یادگیری نمی‌پردازند و این امر جای بسی تأسف است. در حالی که سازمان‌ها می‌توانند با استفاده از این حسن بزرگ (یادگیری کارکنان در محیط کار) آموزش‌های مفید را در قالب مسائل کاری مطرح نموده و مطمئن باشند که کارکنان در هنگام درگیری با کار (انجام کار) به صورت بهتر آن را درک نموده و در آینده به کار خواهند بست و کارها با سرعت و کیفیت بهتری انجام خواهد پذیرفت.

✓ مشاهده گردید که مولفه‌ی به اشتراک‌گذاری دانش بین سرپرستان و زیردستان و هم‌چنین بین واحدهای سازمانی با یکدیگر میزانی کم‌تر از میانگین مورد انتظار را کسب نموده است که این امر در بلند مدت می‌تواند لطمات زیادی را به شرکت‌های مزبور وارد سازد. طبیعی که سرپرستان دانش تئوری مفید و کارکنان نیز دانش عملی مفیدی دارند که در صورت به اشتراک‌گذاری این دانش می‌توان جهشی بزرگ در زمینه مدیریت دانش و از پی آن رفتار نوآورانه در شرکت‌ها شاهد بود. ضروری است شرکت‌های بیمه به این میحث توجه ویژه داشته و سازوکارهای مناسب را به جهت برقراری ارتباط بین سرپرستان و زیردستان و به اشتراک‌گذاری دانش در بین آن‌ها را فراهم آورند. یکی از این راهکارها تشکیل کارگروه‌های مشترک دانشی بین سرپرستان و زیردستان و تبادل آرا و نظرات است.

✓ با توجه به این که مشخص گردید میانگین اختصاص یافته به استفاده از فن‌آوری‌های جدید و پشتیبانی از ایده اندکی بیشتر از میانگین مورد انتظار است، شرکت‌های بیمه باید با آینده‌نگری و با توجه تغییرات روزافزونی که زمینه‌های فنی و تجهیزاتی حاصل می‌گردد حداکثر توان خویش را برای استفاده از تجهیزات نوین به کار گرفته و از ایده‌های نوین نیز پشتیبانی به

- ۷) علوی، حمیدرضا - جهانداری، رمضان (۱۳۸۱) بررسی و مقایسه جو سازمانی دانشگاه شهید با هنر کرمان با جو سازمانی مطلوب از دیدگاه کارمندان این دانشگاه، نشریه علوم انسانی دانشگاه سیستان و بلوچستان، شماره ۲۰، صص ۱۴۶-۱۳۱.
- ۸) فدایی کیوانی، رضا - نساج حسینی، سید محسن (۱۳۸۷) کارآفرینی، انتشارات حق شناس، چاپ دوم، رشت.
- ۹) قلی پور، آرین (۱۳۸۰) سبک رهبری عامل تعیین کننده ساختار رسمی، دانش مدیریت، سال چهاردهم، شماره ۵۳.
- ۱۰) کسرای، احمدرضا - علیرحیمی، محمدمهدی (۱۳۸۸) بررسی رابطه بین ساختار سازمانی و اثربخشی ارتباطات در سازمان بازنشستگی کشوری از منظر کارکنان، فصلنامه بصیرت، سال شانزدهم، شماره ۴۴.
- ۱۱) محمود صالحی، مهدی - دری، بهروز - صفری، خلیل (۱۳۹۱) بررسی نقش میانجی کنش متقابل اجتماعی در تاثیرگذاری ساختار و جو سازمانی بر مدیریت دانش (مطالعه موردی: صنایع خودروسازی در ایران)، مدیریت فن‌آوری اطلاعات، دوره ۴، شماره ۱۱، صص ۹۲-۶۹.
- ۱۲) مظفر، حسین (۱۳۸۶) بررسی تناسب و سازگاری ساختار سازمانی با اهداف راهبردی در سازمان صدا و سیما، راهبرد، شماره چهل و چهارم.
- ۱۳) منوریان، عباس - خیراندیش، مهدی - عسگری، ناصر (۱۳۹۰) توسعه ابعاد ساختاری سازمان در تناسب با رویکرد مدیریت دانش، مدیریت فن‌آوری اطلاعات، سال سوم، شماره هفتم، صص ۱۵۰-۱۳۳.
- ۱۴) نعمی، عبدالزهرا - افشاری، علی (۱۳۸۹) رابطه‌ی سبک رهبری تبادل رهبر-عضو، سبک‌های حل مساله و روابط گروه کاری با جو سازمانی نوآورانه و رفتار نوآورانه در کارکنان، پژوهش‌های روانشناختی، دوره ۱۳، شماره ۱.
- ۱۵) نورایی، طهمورث - امیرتاش، محمدعلی - تندنویس، فریدون - بهرانگی، محمدرضا (۱۳۸۷) ارتباط بین فلسفه آموزش مدیران و جو سازمانی در دانشکده‌ها

یکی از نکات موثری که در مبحث ساختار سازمانی میانگینی بیش‌تر از مقدار مورد انتظار را به خود اختصاص داد وجود تفکیک وظایف بین واحدهای مختلف بود. این امر اتفاق خوش‌آیندی است چرا که هم از اتلاف وقت جلوگیری نموده و هم موجب بهره‌وری بیش‌تر کارکنان خواهد شد. اگر تفکیک وظایف صورت نگیرد جز اتلاف وقت و انرژی و همچنین ایجاد تنش و اختلاف مابین کارکنان چیزی دیگری عاید سازمان نخواهد شد چرا که چندین واحد به طور هم‌زمان وظایف یکسانی را انجام می‌دهند و درهم تنیدگی وظایف کاری و اتلاف انرژی و زمان را موجب می‌گردد.

فهرست منابع

- ۱) الوانی، مهدی (۱۳۷۳) سازمان‌های یادگیرنده و دانش آفرین، مدیریت دولتی، شماره ۲۶.
- ۲) ربیعی، مهناز (۱۳۸۸) اثر نوآوری و سرمایه انسانی بر رشد اقتصادی در ایران، مجله علمی پژوهشی دانش و توسعه، سال شانزدهم، شماره ۲۶.
- ۳) رضوانی، مهران - طغریایی، محمدتقی (۱۳۹۰) نقش‌آفرینی سرمایه اجتماعی سازمانی در گرایش به نوآوری سازمانی در شرکت‌های دانش بنیان (مورد مطالعه: شرکت‌های مستقر در پارک علم و فن‌آوری دانشگاه تهران)، پژوهشنامه مدیریت تحول، سال سوم، شماره ۶، صص ۵۳-۲۸.
- ۴) زارع، حسین - فیضی، آوات - محبوبی، طاهر (۱۳۸۹) بررسی رابطه جو سازمانی با استرس شغلی و خلاقیت کارکنان (مرد و زن) اداری آموزش و پرورش استان آذربایجان شرقی، تحقیقات علوم فناوری، دوره ۸، شماره ۲، صص ۱۲۶-۱۱۶.
- ۵) سیدنقوی، میرعلی - فیاضی آزاد، علی (۱۳۸۸) مفروضاتی برای پیاده‌سازی استراتژی‌های مدیریت دانش با توجه به ساختارهای سازمان، مطالعات مدیریت، سال ۱۹، شماره ۵۹.
- ۶) علیرضایی، ابوتراب - تولایی، روح اله (۱۳۸۷) ترغیب خلاقیت و نوآوری در میان کارکنان سازمان، دو ماهنامه توسعه انسانی پلیس، سال پنجم، شماره ۱۶، صص ۶۰-۳۷.

- 28) Janz, B. D.; Prasarnphanich, P. (2003). Understanding the antecedents of effective knowledge management: The importance of a knowledge-centered culture. *Decision Sciences*, 34(2), 351-384.
- 29) Lee, K. C.; Lee, S.; Kang, I. W. (2005). KMPI: measuring knowledge management performance. *Information & Management*, 42 (3), 469-482.
- 30) Montes, F. J. L., Moreno, A. R.; Fernandez, L. M. M. (2004). Assessing the organizational climate and contractual relationship for perceptions of support for innovation. *International Journal of Manpower*, 25 (2), 167-180.
- 31) Nahapiet, J.; Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and organizational Advantage. *Academy of Management Review*, 23 (2), 242-266.
- 32) Norrgren, F.; Schaller, J. (1999). Leadership style: its impact on cross-functional product development. *Journal of Product Innovation Management*, 16 (4), 377-384.
- 33) Robbins, S. P.; Decenzo, D. A. (2001). *Fundamentals of management: Essential concepts and applications*. NJ: Prentice-Hall.
- 34) Shadur, M. A.; Kienzle, R.; Rodwell, J. J. (1999). The relationship between organizational climate and employee perceptions of involvement. *Group & Organization Management*, 24 (4), 479-503.
- 35) Shih, K. H.; Chnag, Ch. J.; Lin, B. (2010). Assessing knowledge creation and intellectual capital in banking industry. *Journal of Intellectual Capital*, 11 (1), 74-89.
- 36) Subramaniam, M.; Youndt, M. A. (2005). The influence of intellectual capital on the types of innovative capabilities. *Academy of Management Journal*, 48 (3), 450-463.
- 37) Wallach, E. (1983). Individuals and organizations: the cultural match. *Training and Development Journal*, 37, 29-36.
- و گروه‌های تربیت بدنی، نشریه پژوهش در علوم ورزشی، شماره ۱۹.
- ۱۶) واعظی، رضا - سبزیکاران، اسماعیل (۱۳۸۹) بررسی ساختار سازمانی و توانمندسازی کارکنان در شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران - منطقه تهران، پژوهش‌نامه مدیریت تحول، سال دوم، شماره ۳.
- 17) Amabile, T. M.; Conti, R.; Coon, H.; Lazenby, J.; Herron, M. (1996). Assessing the work environment for creativity. *Academy of Management Journal*, 39, 1154-1184.
- 18) Anderson, N. R.; West, M. A. (1998). Measuring climate for work group innovation: development and validation of the team climate inventory. *Journal of Organizational Behavior*, 19 (3), 235-258.
- 19) Andrews, M.C.; Kacmar, K.M. (2001). Discriminating among organizational politics, justice, and support. *Journal of Organizational Behavior*, 22 (4), 347-366.
- 20) Argote, L.; McEvily, B.; Reagans, R. (2003). Managing knowledge in organizations: an integrative framework and review of emerging themes. *Management Science*, 49 (4), 571-582.
- 21) Caloghirou, Y.; Kastelli, I.; Tsakanikas, A. (2004). Internal capabilities and external knowledge sources: complements or substitutes for innovative performance?. *Technovation*, 24 (1), 29-39.
- 22) Chen, C. (2004). The effects of knowledge attribute, alliance characteristics, and absorptive capacity on knowledge transfer performance. *R&D Management*, 34 (3), 311-321.
- 23) Chen, Ch. J.; Huang, J. W. (2007). How organizational climate and structure affect knowledge management-The social interaction perspective. *International Journal of Information Management*, 27, 104-118.
- 24) Chen, C. J.; Huang, J. W.; Hsiao, Y. C. (2010). Knowledge management and innovativeness, the role of organizational climate and structure. *International Journal of Manpower*, 31 (8), 848-870.
- 25) Child, J. (2008). Organization structure, environment, and performance: the role of strategic choice. *Sociology*, 6, 1-22.
- 26) Dickson, M. W.; Resick, C.J.; Hanges, .P.J. (2006). When organizational climate is unambiguous, It is also strong. *Journal of Applied Psychology*, 91, 351-364.
- 27) Du plessis , M. (2005). Drivers of knowledge management in the corporate environment. *International Journal of Information Management*, 25, 193-202.

یادداشت‌ها

- ¹. Robbins
- ². Decenzo
- ³. French
- ⁴. Forhand
- ⁵. Gillmers
- ⁶. Caloghirou
- ⁷. Lee

The impact of organizational structure and organizational climate in improving knowledge management through innovative behaviors (case study: Guilan Insurance Industry)

Sajjad Salehi-Kordabadi

Department of Public Management, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran
(Corresponding Author)
Sajjad.salehi1362@yahoo.com

Alireza Rasa

Master Of Public Management, Dana Insurance Company, Iran

Hamidreza Rezaei-Klidbari

Department of Public Management, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran

Abstract

This study investigated the effects of organizational structure and organizational climate on knowledge management, and their relationship with innovative behavior is also studied. Since innovation is a critical tool for creating value and sustainable competitive advantage in organizations and knowledge is one of the sources of innovative behavior, this study attempt to influence the organizational structure and organizational climate on knowledge management and innovative behavior in insurance industry. This study form the purpose perspective is applicable and form analytical techniques is descriptive and implemented. For data collection we used standard questionnaires to test the hypotheses. Finally, this study shows there is a relationship among knowledge management and innovative behavior with considering the role of organizational structure and organizational climate in Guilan Insurance Industry.

Keywords: organizational structure, Supportive Climate, Innovative Climate, Knowledg Creation, Knowledge Sharing, Insurance Industry