

فرهنگ سازمانی، ظرفیت جذب و موفقیت اجرای IT

سجاد فتحی زاده^۱ - دکتر کرم اله دانش فرد^۲ - لیلا پارسا ضیایی^۳ - ابوالفضل ملاحعفری^۴

چکیده

هدف این پژوهش بررسی نوع فرهنگ سازمانی موثر بر ظرفیت جذب و نقش ظرفیت جذب در موفقیت اجرایی IT است. فرهنگ سازمانی عبارت است از ارزش‌ها و هنجارهای موجود در سازمان که رفتارهای کارکنان سازمان را شکل می‌دهد و ظرفیت جذب عبارت از توانایی سازمان در بدست آوردن اطلاعات و بهره‌برداری و استفاده از آن‌ها می‌باشد. ظرفیت جذب بعد جدیدی از یادگیری و خلاقیت است؛ که در این پژوهش نوع فرهنگ سازمانی موثر بر ظرفیت جذب مورد بررسی قرار گرفته است. جامعه آماری پژوهش حاضر حوزه‌های ستادی هفت سازمان خدماتی دولتی (اداره طرح‌های عمرانی خزانه داری کل، حوزه اداری و مالی بیمارستان شهید رجایی، حوزه ستادی تربیت بدنی استان تهران، حراست شرکت صنایع ملی پتروشیمی، حوزه ستادی شرکت متروی تهران، حوزه ستادی بنیاد سینمایی فارابی و حوزه ستادی سازمان انتقال خون) در شهر تهران می‌باشد. که جمع افراد شاغل در این سازمان‌ها (حجم جامعه آماری) مشتمل بر ۸۶۲ کارمند می‌باشد و از این جامعه آماری به روش نمونه‌گیری ساده ۲۰۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شده است. روش تحقیق از نوع پیمایشی است که از طریق پرسشنامه، اطلاعات جمع‌آوری گردیده است و برای سنجش آن‌ها از مدل‌های آماری همبستگی و رگرسیون چندگانه از طریق نرم افزار SPSS استفاده شده است. نتایج بدست آمده در مرحله اول نشان می‌دهد که نوع فرهنگ سازمانی تأثیر عمده‌ای بر ظرفیت جذب دارد و در مرحله دوم ظرفیت جذب تأثیری مثبت بر روی موفقیت اجرایی IT دارد. نتایج حاکی از آن است که فرهنگ سازمانی قوی از طریق تأثیرگذاری بر ظرفیت جذب، امکان بکارگیری موفقیت‌آمیز فناوری اطلاعات را افزایش می‌دهد.

واژگان کلیدی: ظرفیت جذب، فرهنگ سازمانی، دانش مدیریتی، مجاری‌های ارتباطی

^۱ کارشناس بودجه، وزارت ورزش و جوانان، تهران، ایران fthsajjad63@gmail.com (مسئول مکاتبات)

^۲ دانشیار، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی علوم و تحقیقات، تهران، ایران cdaneshfard@yahoo.com

^۳ دانش‌آموخته کارشناسی ارشد، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

leilaparsa1300@gmail.com

^۴ معاون ورزشی، اداره کل ورزش و جوانان استان تهران، تهران، ایران behrooz-mjafari@yahoo.com

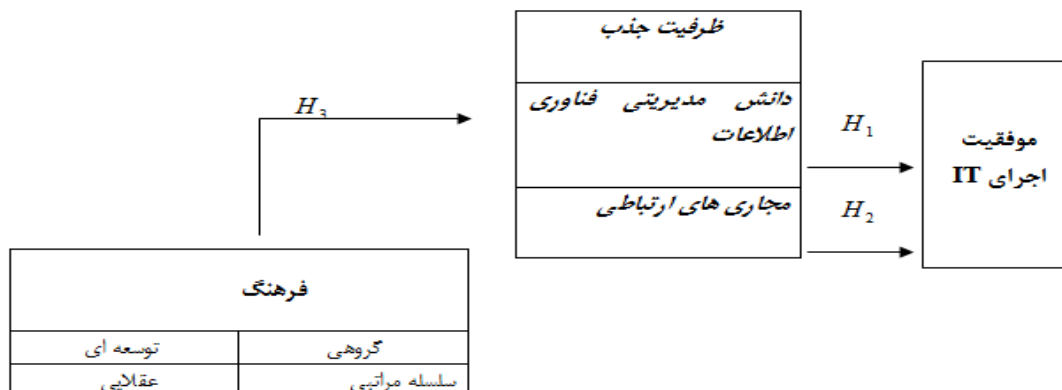
مقدمه

به عنوان مهم‌ترین عامل موثر بر اجرای موفقیت آمیز IT مطرح شود. محقق با توجه به اینکه فرهنگ سازمانی یکی از جامع‌ترین فاکتورهای موثر بر توانمند سازی منابع انسانی و موفقیت آن‌ها است به انجام این پژوهش پرداخته است؛ لذا با ید در نظر داشت که شناسایی نقش فرهنگ بر اجرای فناوری اطلاعات باعث بکار گیری آن و در نتیجه دستیابی به اهداف به صورت موثر و کارا است.

روش پژوهش

فرهنگ سازمانی عبارت است از ارزش‌ها و هنجارهای موجود در سازمان که رفتارهای کارکنان سازمان را شکل می‌دهد و ظرفیت جذب عبارت از توانایی سازمان در بدست آوردن اطلاعات و بهره‌برداری و استفاده از آن‌ها می‌باشد. پنینگ و هاریتو^۱، ابعاد ظرفیت جذب که شامل دو بعد مجاری‌های ارتباطی و دانش مدیریتی فناوری اطلاعات (IT) می‌باشد را کشف کردند. در حالی که این دو بعد مجزا به نظر می‌رسند، همبستگی زیادی بین آن‌ها وجود دارد و هر دو آن‌ها به موفقیت فناوری اطلاعات مرتبط هستند و نهایتاً مقصود از IT فناوری اطلاعات بوده که از آن برای جمع آوری، انتشار و استفاده بهینه از اطلاعات استفاده می‌شود.

از ابتدای دوران مدیریت و سازمان عوامل تولید عبارت بودند از سرمایه، تجهیزات و نیروی کار که به مرور زمان و با تغییر شرایط هرکدام از این عوامل نقش مهم‌تری نسبت به دو عامل دیگر پیدا کرد، این در حالی است که در ابتدای امر، این اولویت از آن تجهیزات و سرمایه بود و در این دوره فاکتور نیروی کار نقش کم رنگ‌تری نسبت به دو فاکتور دی‌گر داشت ولی با ورود به عصر دانش و اطلاعات این عامل انسانی بود که به عنوان مهم‌ترین عامل اثربخشی مطرح شد به نحوی که نیروی کار دیگر به عنوان یکی از عوامل معمولی تولید مطرح نبود بلکه در ابتدا این دوره به عنوان یک دارایی ارزشمند و سرمایه مطرح بود و این اهمیت و اولویت به جایی رسید که از آن به عنوان مهم‌ترین منبع در اثربخشی و دستیابی به اهداف سازمان از آن یاد می‌شد و به تبع آن فاکتورهای وابسته به منابع انسانی از جمله فرهنگ سازمانی، تعهد سازمانی، رضایت شغلی و... حتی اثرات آن بر بکارگیری انواع فناوری‌ها مورد بحث و مطالعه جدی قرار گرفت لذا مسئله اصلی این کار پژوهشی نقش فرهنگ سازمانی به عنوان یکی از فاکتورهای مربوط به منابع انسانی سازمان بر موفقیت اجرای IT می‌باشد. از طرفی وجود اختلاف نظرها در مورد عوامل موثر بر موفقیت اجرای IT باعث شده که هر زمان یک عامل



نگاره ۱: مدل مفهومی تحقیق

واضح است که ظرفیت جذب شامل دو بعد مهم دانش مدیریتی فناوری اطلاعات و استفاده از مجاری ارتباطی در سازمان می‌باشد که در ذیل مورد بحث قرار می‌گیرند:

دانش مدیریتی می‌تواند به عنوان بخشی از اطلاعات و آگاهی از شرایط موجود توصیف شود (درک بدست آمده از تجربیات و مطالعه) (Alavi & Leinder 2001). دانش مدیریتی، زمانی شکل می‌گیرد که سازمان، یادگیری را در سطح فردی و گروهی تثبیت کند و دانش در سازمان به عنوان یک کل نهادینه شده باشد (Argyris & Schon 1978). دانش مدیریتی برای افزایش فعالیت جمعی، بیشتر از فعالیت فردی افزایش یافته است. برای اجرای یک فناوری اطلاعات جدید به طور آزمایشی سازمان باید ظرفیت فرآیندهای پردازش اطلاعات برای یافتن گرایش‌ها و تمایلات، حوادث، رقبای، بازارها و پیشرفت‌های فناوری مربوط به ادامه حیاتشان را توسعه دهد که آن، به عنوان یک تمرکز اطلاعاتی فرض شده است و برای سازمان در سطح مدیریت عالی تفسیر شده است (Daft & Weicke 1984).

شواهد حاکی از آن است که مدیران شایسته سالار که فعالیت‌هایی را در جهت بهره‌برداری از فناوری‌های جدید انجام می‌دهند مؤثر هستند (Miner 1994).

بوینتون و دیگران^۲ (۱۹۹۴) در مطالعاتشان بر نوع دانش مدیریتی مفید برای اجرای فناوری اطلاعات تمرکز می‌کنند. آن‌ها بر این باور بودند که ظرفیت جذب در تک تک افراد وجود ندارد اما به ساختار و ترتیب فعالیت‌ها و تعاملات و تغییرات بین تعدادی از افراد بستگی دارد. این ترتیب، ساختار دانش موجود در سازمان و میزان تداخل این دانش و تعاملاتی که بین افراد اتفاق می‌افتد را نشان می‌دهد.

مجاری ارتباطی هم در داخل سازمان و هم در خارج سازمان، نقش مهمی در توسعه و ایجاد دانش و مهارت‌ها دارند. ظرفیت جذب، مستلزم این است که

اجرای موفقیت آمیز فناوری اطلاعات شامل ابعاد و جنبه‌هایی از قبیل بازگشت سرمایه، قابلیت اطمینان، بالا بردن مزیت رقابتی، رضایت ارباب رجوع و استفاده آسان می‌باشد. برای بررسی بیشتر این مفاهیم و ماهیت فرهنگ سازمانی در ارتباط با ظرفیت جذب در مرتبط با اجرای موفقیت آمیز فناوری اطلاعات، مدل مورد استفاده در نگاره‌ی ۱ نشان داده می‌شود.

فرضیه‌ها با استفاده از مطالعه اجرای فناوری اطلاعات و سیستم‌های اطلاعاتی در داخل سازمان آزمون شده‌اند. نتایج باید نشان دهد که چه ویژگی‌هایی از فرهنگ سازمانی، ظرفیت جذب را بالا می‌برد، که به تبع آن منجر به اجرای موفقیت اجرایی فناوری اطلاعات می‌شود (king, et al 1994)

ظرفیت جذب به عنوان یک جزء مفید در درک فعالیت مدیریتی فناوری اطلاعات و استفاده از آن نشان داده شده است که توانایی اجرای اثربخش ابداعات و نوآوری‌ها را بالا می‌برد، همچنین به دانش‌های مربوطه پیشین، دانش داخلی سازمان، ایجاد و نگهداری ارزش فناوری اطلاعات وابسته است. علاوه بر موارد ذکر شده ظرفیت جذب درک و تطبیق اختراعات جدید و همچنین استفاده نهایی از آن‌ها در سازمان را ممکن می‌سازد. ظرفیت جذب سازمانی به ظرفیت‌های جذب تک تک اعضای سازمان وابسته است اما جمع کردن ظرفیت‌های جذب کارمندان سازمان ساده نیست، ظرفیت جذب سازمانی به وسیله تمرکز بر ساختار ارتباطات بین محیط بیرونی و سازمان و همچنین بر خرده واحدهای سازمان و همچنین با تکیه بر تخصص‌ها در داخل سازمان درک می‌شود (Cohen & Levinthal 1990). بنابراین ظرفیت جذب سازمانی در دوره‌هایی که اعضای سازمان همدیگر را می‌شناسند و درک می‌کنند (باهم ارتباط برقرار می‌کنند) همسانند و بهره‌برداری متنوعی از دانش سازمان انجام می‌گردد (Cohen & Levinthal 1990 و Zahra & George, 2002b)

نوشته شده با ظرفیت جذب بیشتری همراه بوده‌اند. (Mangematin & Nestra 1999) از این روست که چرخش شغلی تیم‌های باتجربه و نیروهای کاری به همراه مدیران و ائتلاف‌ها، ساختارهایی هستند که ظرفیت جذب را افزایش می‌دهند و احتمالاً به موفقیت در اجرای فناوری اطلاعات می‌انجامند (Cohen & Levinthal 1990). نیاز به تحقیق و تفحص در این باره که چگونه دانش بیرونی، به صورت درونی تقسیم می‌شود اعلام شده است. با این پیشنهاد همکاری بین بخشی با ظرفیت جذب بالایی همراه است (Van den Bosch & et al 1999). روی هم رفته ما این‌گونه پیشنهاد می‌کنیم که دانش مدیریتی فناوری اطلاعات که از طریق مجاری ارتباطی بیرونی و درونی حمایت می‌شود، تشکیل دهنده نوع ظرفیت جذب یک سازمان است و این اجزا می‌بایستی که موفقیت اجرایی فناوری اطلاعات را تحت تأثیر قرار دهند.

از این رو مجاری ارتباطی که عادت جاری کار هستند و مجاری‌هایی که دانش را از منابع بیرونی به سطح سازمان منتقل می‌کند می‌بایستی که موفقیت اجرای فناوری اطلاعات را تقویت کنند.

شواهد حاکی از این است که فرهنگ سازمانی از طریق اثرگذاری بر دانش و مجاری ارتباطی، ظرفیت جذب را شکل می‌دهد. بنابراین فرهنگ، ارزش‌ها و هنجارهای موجود در سازمان را منعکس می‌کند. فرهنگ، در تعیین حوزه‌هایی که سازمان قادر است آن‌ها را به آسانی یاد بگیرد و آن حوزه‌هایی که احتمالاً در برابر تغییر سیاست‌های سازمان مقاومت می‌کند نقش دارد (Berthoin Anthalf & et al 1997). زمانی که یک حادثه در محیط سازمان با ارزش‌های فرهنگی موجود در سازمان سازگار است سازمان خیلی سریع‌تر جواب می‌دهد نسبت به زمانی که اتفاق یا رویداد با ارزش‌های فرهنگی موجود در سازمان در تضاد است (Berthoin Anthalf & et al 1997).

دانش ایجاد فناوری‌های جدید به داخل سازمان، جذب شود (Cohen & Levinthal 1990). مجاری ارتباطی به عنوان وسیله‌ای برای انتقال اطلاعات از نقطه‌ای به نقطه دیگر در داخل یک سیستم اجتماعی معرفی می‌شود (Chakrabarti, et al 1983).

مجاری‌های ارتباطی در ظرفیت جذب نیز نقش مهمی دارند. تکه‌های اطلاعاتی خارجی باید با دیگر تکه‌هایی که قبلاً در سازمان مورد استفاده قرار گرفته‌اند، ترکیب شوند.

لنیر و ازمود (۱۹۹۳)^۳ دریافتند که مجاری ارتباطی غنی تر (منظور مجاری ارتباطی است که فرصت‌هایی برای بازخورد فوری، دامنه گسترده‌تری از راهنمایی و انتشارات و قابلیت شخصی کردن پیام‌ها را فراهم می‌کند) در درک متقابل میان اعضای سازمان، تقارب و همگرایی به وجود می‌آورند که از این طریق تأثیر بسزایی بر خلاقیت می‌گذارد، و نیز اینکه در موقعیت‌های بسیار نامطمئن همانند اجرای فن آوری نامعقول یا زمانی که وابستگی درونی میان بخش‌ها رخ می‌دهد، ائتلاف‌های تمام وقت، نیروی کاری، تیم‌ها و گروه‌های ملاقات به منظور فراهم آوردن کمبودهای اطلاعاتی، مورد نیاز هستند (Daft & Weicke 1984). فقدان درک میان مشارکت کنندگان به خاطر کمبود تعامل، تقسیم ناکافی دانش و مجموعه اصطلاحات متفاوت می‌تواند منجر به از دست رفتن فرصت‌ها برای رسیدن به اهداف معمول سازمان شوند.

تقسیم اطلاعات، ساختارهای تصمیم‌گیری مشارکتی و بکار بستن نیروهای کار ناشی از مدیریت دانش و تأثیرگذاری آن است (Grover 1993) و (Boynton & et al 1994).

مجاری ارتباطی، در زمانی که پروژه‌های بسیار عظیم، که مشتمل بر صدها نفر در حال انجام است، الزامی می‌باشند، یک شبکه شامل تیم‌های خودگردان که انتقال دانش را آسان‌تر می‌کند می‌تواند موفق باشد (Ayas 1996). جابجایی نفرات و تقسیم گزارش‌های

کوهن و لوینتال^۴، در توسعه ارزش‌ها و هنجارها با استفاده از مفهوم ظرفیت جذب خاطر نشان کردند که اگر یک رویداد یا ایده‌ای با توانایی‌ها و انتظارات شرکت و سازمان متضاد باشد، سازمان ممکن است در برابر پذیرش آن‌ها مقاومت کند. اخیراً، سازگاری تغییر یا نوآوری با ارزش‌ها و هنجارهای سازمان، «ظرفیت جذب نسبی» نامیده شده است؛ زیرا وقتی که سازگاری وجود دارد تغییر و نوآوری باید موفقیت آمیز باشد (Lane & et al 2001). بنابراین، فرهنگ سازمانی از طریق ارزش‌هایش با توانایی جذب در ارتباط است و می‌خواهد بر روی عکس‌العمل نسبت به اطلاعات جمع‌آوری و تبدیل شده از طریق مجاری ارتباطی درونی و بیرونی موجود در دانش سازمانی تأثیر بگذارد.

به طور مشابه، فرهنگی که هم به تمرکز بیرونی (بهبود وضع رقابتی‌اش) و هم به تمرکز داخلی (سیستم فنی - اجتماعی‌اش) توجه می‌کند ممکن است برای افزایش کارایی‌اش از خلاقیت استفاده کند. (Harvey & et al 1998)

سازمان بدون اینکه خیلی برون‌گرا باشد باید منابع و اطلاعات را از بیرون گردآوری کند، چرا که توانایی‌اش در انجام کار به خطر می‌افتد؛ بنابراین هم دانش و هم مجاری‌های ارتباطی از ارزشی که یک سازمان برای برآورد رقابتی و بالا بودن کارایی داخلی (تمرکز درونی) قرار می‌دهد تأثیر می‌پذیرد. به طور

مختصر، فرهنگ می‌خواهد از طریق تأکید بر انعطاف پذیری در برابر نظم غیر منعطف از چشم انداز بیرونی بجای چشم انداز درونی بر توانایی جذب تأثیر بگذارد. همان طور که در بالا ذکر شد فرهنگ، تصورات و باورهایی در مورد رفتارها و شیوه پردازش اطلاعات انسانی در سازمان است که منجر به نتایج دلخواه می‌شود. نوع شناسی کوین^۵ در ارتباط با ارزش‌های متضاد فرهنگ سازمانی بر دو جنبه از باورهای ضمنی استوار است:

- الف) خودانگیزگی و انعطاف پذیری (در جهت عدم تمرکز و تمایز) در مقابل قابلیت پیش بینی و نظم (در جهت تمرکز و انسجام یکپارچگی).
- ب) بیرون در مقابل درون (Quinn & Spreitzer 1991).

این نتایج در چهار نوع فرهنگی رده بندی می‌شوند:

- ۱) پرورشی، گسترشی یا توسعه‌ای (منعطف و بیرونی)
- ۲) عقلایی (قابل پیش بینی و بیرونی)
- ۳) سلسله مراتبی (قابل پیش بینی و داخلی)
- ۴) گروهی (منعطف و داخلی)

که این ابعاد و جنبه‌ها خیلی طولانی هستند. نگاره ۲، ویژگی‌های این چهار نوع فرهنگ را نشان می‌دهد.

	تمرکز خارجی	تمرکز داخلی
انعطاف پذیری	توسعه‌ای: سازگاری، رشد، تحصیل منابع، ریسک پذیری، ادھوکراسی، پذیرش توسط ایدئولوژی	گروهی: منسجم و اخلاقی، توسعه منابع انسانی، حمایتی، قبیله ای، پذیرش توسط وابستگی
عدم انعطاف پذیری	عقلایی: برنامه ریزی منظم و تعیین هدف، کارایی، شایستگی، پذیرش توسط روابط	سلسله مراتبی: ایستا و کنترلی، مدیریت اطلاعات، محافظه کار و محتاط، پذیرش توسط نقش‌ها

نگاره ۲: ویژگی‌های ۴ نوع از ارزش‌های فرهنگی

باشند. اگر یک سازمان به بی اعتمادی و بی اشتیاقی برای سیستم اطلاعات شناخته شود، سهم دانش و ارتباطات کاهش می‌یابد. یک فرهنگ گروهی قوی، منجر به افزایش دانش مدیریتی فناوری اطلاعات و مجاری ارتباطی بیشتر می‌شود. در کل، سازمان‌های که بر ابعاد فرهنگی عقلایی، توسعه‌ای و گروهی تأکید می‌کنند باید ظرفیت جذبشان را بالا ببرند.

یک قدرت فرهنگی در این سه بعد ممکن است منجر به افزایش قدرت یادگیری شود (Kettinger & Grover 1995). در نهایت فرهنگ‌های سلسله مراتبی با تأکیدشان بر ثبات و کنترل، منجر به مقاومت در برابر تغییر و گیرنده‌های محیطی کمتر می‌شود (Fiol & Lyles 1985).

دیگر مطالعات پی بردند که در سازمان‌هایی که قدرت فرهنگ سلسله مراتبی زیاد است در دیگر حوزه‌های عملکردی موفق نخواهند بود (Quinn & Sprezer 1991) و نیز بر این باور بودند که ساختارهای به شدت ماشینی در سازمان‌هایی که به ارزش‌های سلسله مراتبی ارجح می‌نهند وجود دارند و منجر به شکست در بکارگیری فناوری‌های پیشرفته می‌شوند، زیرا سازمان نمی‌تواند خود را با فن‌آوری‌های جدید تطبیق دهد. در سازمان‌های خوش بین، زمانی که بوروکراسی با فرهنگ‌های سلسله مراتبی مرتبط باشد، تأخیرها و معطلی‌های بوروکراسی برطرف خواهد شد. مدیران با سطوح پایین به طور مستقیم کار می‌کنند، ارتباطات، حل مسائل نوآورانه و سریع بودن زمان تغییرات برای خلاقیت آسان خواهد شد (Kanter 1996) لویتال^۱ (۲۰۰۱) در مطالعاتش بر روی ظرفیت جذب دریافت که انعطاف پذیری و تطبیق پذیری به دانش یاد گرفته شده وابسته است.

فرضیه‌ها

فرضیه (۱) وجود دانش مدیریتی فناوری اطلاعات، موفقیت اجرای فناوری اطلاعات را افزایش می‌دهد.

محققان از چهارچوب ارزش‌های متضاد با مدل فرهنگ سازمانی استفاده کرده‌اند. به هر حال این را باید در نظر داشت که محققان فرهنگ قوم‌شناسی بر این باورند که درک فرهنگ، بهتر است با غوطه‌ور شدن در زندگی افراد مورد مطالعه، انجام شود (یعنی با آن افراد مورد مطالعه زندگی شود) و عده‌ای دیگر (که باور دارند که دانستن از طریق تعاملات روزانه این افراد حاصل می‌شوند) ادعا می‌کنند که چهارچوب ارزش‌های متضاد، ایده‌ی فرهنگی را برای سطحی که فرهنگ وجود ندارد ساده می‌کند

هنجارها و نرم‌هایی که تغییر را تشویق می‌کنند شامل، ریسک، صراحت، مأموریت‌های تقسیم شده، انتظار خیلی بالا برای عمل و تمرکز روی کیفیت می‌باشند (Kettinger & Grover 1995). انواع فرهنگ‌هایی که تمرکز بیرونی را تشویق می‌کنند، مثل توسعه‌ای و منطقه‌ای به اندازه ارزش‌های یادگیری و خلاقیت و نوآوری با این هنجارها سازگارند (Cohen & Llevinthal, 1990; Fiol & Lyles, 1985; Grover, 1993). استقلال روی‌های که در فرهنگ توسعه‌ای پیدا می‌شود با نقاط عطفی که ممکن است در فرهنگ عقلایی پیدا شود، بر این باورند که زمینه ساختاری، ایده‌ای را برای طرح‌های نوآورانه فراهم می‌آورد (Kanter 1996).

ارزش‌های یک فرهنگ توسعه‌ای که با فرصت‌ها و انگیزه‌های آزمایش‌های فناوری سازگار است، تصمیم‌گیری توزیعی و یادگیری را تشویق می‌کنند (Cohen & Llevinthal, 1990)، درحالی‌که نظارت و پاداش که آزمایش فن‌آوری را کامل کرده‌اند با فرهنگ‌های عقلایی سازگارند، یعنی آنجایی که وضوح، منطقی بودن، عادلانه بودن و به هنگام بودن اطلاعات هدف است. در کل، انواع فرهنگ‌های تمرکز بیرونی یعنی توسعه‌ای و عقلایی، موجب توسعه ظرفیت جذب می‌شود. فرهنگ و سیستم پاداشی که مشارکت را تشویق می‌کنند باید برای توسعه ظرفیت جذب نیز مهم

فرهنگ سازمانی که مشتمل بر سؤالات ۱ تا ۳۰ پرسشنامه بوده حدود ۸۸/۷ درصد، برای متغیر موفقیت سیستم‌های اطلاعاتی که مشتمل بر سؤالات ۳۱ تا ۳۷ پرسشنامه بوده حدود ۷۹/۳ درصد و برای متغیر ظرفیت جذب که مشتمل بر سؤالات ۳۸ تا ۵۰ پرسشنامه بوده حدود ۸۴/۶ درصد می‌باشد. شاخص پایایی یا آماره «آلفا» مقیاسی است که دامنه آن از صفر تا یک است به طوری که هرچه ضریب بیشتر باشد، پایایی مقیاس، بیشتر خواهد بود. بر حسب قاعده تجربی، حداقل میزان آلفا بایستی ۷۰ درصد باشد تا بتوان بر پایایی مقیاس صحت گذاشت، لذا با توجه به آلفای به دست آمده که ۷۷ درصد می‌باشد، قابلیت اعتماد آن مورد تأیید است و این طرح از لحاظ علمی پذیرفته می‌باشد.

یافته‌ها

فرضیه اول

برای بررسی فرضیه اول باید چهار مرحله فعالیت انجام داد که در زیر به ترتیب آورده شده است: ابتدا رابطه بین دو متغیر دانش مدیریتی فناوری اطلاعات و موفقیت سیستم فناوری اطلاعات را مورد تجزیه و تحلیل قرار داد برای این منظور از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است.

بعد بررسی عدم همبستگی بین خطاها که توسط آزمون دوربین-واتسون انجام می‌شود.

در ادامه بررسی خطی بودن رابطه بین دو متغیر که برای انجام این امر از تحلیل واریانس رگرسیون استفاده خواهد شد.

در انتها بررسی تأثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته که توسط آزمون رگرسیون بین دو متغیر انجام پذیر است. که نتایج این چهار مرحله در جدول زیر خلاصه شده است.

فرضیه ۲) استفاده از مجاری‌های ارتباطی داخلی و خارجی، موفقیت اجرای فناوری اطلاعات را افزایش می‌دهد.

فرضیه ۳) فرهنگ سازمانی قوی، ظرفیت جذب را افزایش می‌دهد و باعث موفقیت اجرای فناوری اطلاعات می‌شود.

جامعه آماری و نمونه آماری

در این تحقیق با استفاده از روش پیمایشی سه فرضیه‌ی مدل در ۷ سازمان خدماتی دولتی (اداره طرح‌های عمرانی خزانه داری کل، حوزه اداری و مالی بیمارستان شهید رجایی، حوزه ستادی تربیت بدنی استان تهران، حراست شرکت صنایع ملی پتروشیمی، حوزه ستادی شرکت متروی تهران، حوزه ستادی بنیاد سینمایی فارابی و حوزه ستادی سازمان انتقال خون) بررسی شده و نمونه مورد استفاده شامل ۲۰۰ نفر از کارکنان ۷ سازمان مذکور می‌باشد که به صورت نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شده‌اند و اطلاعات جمع‌آوری شده با استفاده از مدل‌های آماری همبستگی و رگرسیون چندگانه از طریق نرم افزار SPSS تحلیل شده است. نتیجه‌گیری نهایی مبتنی بر میزان همبستگی متغیرها و روایی و پایایی تحقیق انجام شده نشان می‌دهد، که فرضیات مورد نظر تأیید می‌شوند.

- ابزارها و روش‌ها/نحوه جمع‌آوری اطلاعات این تحقیق با روش پیمایشی انجام گردیده و داده‌های تحقیق با پرسشنامه جمع‌آوری شده است.

روایی محتوایی و ظاهری ابزار پژوهش (اعتبار)، با استفاده از نظر محققان و متخصصان رشته مدیریت مورد تأیید قرار گرفته است. پایایی و قابلیت اعتماد ابزار تحقیق نیز با استفاده از آزمون ضریب کرونباخ آلفا محاسبه گردید که در این تحقیق برای متغیر

جدول ۱: دانش مدیریتی فناوری اطلاعات و موفقیت سیستم فناوری اطلاعات

نتایج		نوع آزمون		متغیرها	
۰/۱۵۶۸	ضریب همبستگی	همبستگی پیرسون (مرحله اول)			دانش مدیریتی فناوری اطلاعات (مدیر مستقل) و موفقیت سیستم فناوری اطلاعات (مدیر وابسته)
۰/۱۰۰۰	Sig				
۷/۹۹	سطح اطمینان				
۰/۳۲۲	ضریب تعیین	دوربین واتسون (مرحله دوم)			
۰/۳۱۹	ضریب تعیین تعدیل شده				
۳/۰۹	خطای معیار تخمین				
۱/۸۳۰	مقدار آماره دوربین واتسون				
۸۸۸۸۰۲	مجموع مربعات	رگرسیون	مدل	وارینانس رگرسیون (مرحله سوم)	
۱	درجه آزادی				
۸۸۸۸۰۲	میانگین مربعات				
۹۲/۶۹۹	F				
۰/۱۰۰۰	Sig	باقیمانده	مدل		
۱۸۶۹/۶۶۵	مجموع مربعات				
۱۶۵	درجه آزادی				
۹/۵۸۸	میانگین مربعات				
۲۷۵۸/۴۶۷	مجموع مربعات	کل	مدل		
۱۶۶	درجه آزادی				
۵/۹۱	B	ضریب ثابت	دانش مدیریتی فناوری اطلاعات	رگرسیون (مرحله چهارم)	
-۷/۴۸	Std. Error				
۷/۹	T				
-۱/۰۰۰	Sig	ضریب استاندارد نشده	دانش مدیریتی فناوری اطلاعات		
-۱/۸۶۹	B				
-۱/۰۹۰	Std. Error				
-۱/۵۶۸	Beta	ضریب استاندارد شده	دانش مدیریتی فناوری اطلاعات		
۹/۶۲۸	T				
-۱/۰۰۰	Sig				

سال دوم / شماره چهارم / زمستان ۱۳۹۰

با توجه به مطالب آورده شده نمی توان فرضیه اول را رد کرد، بنابراین افزایش (کاهش) دانش مدیریتی فناوری اطلاعات موجب افزایش (کاهش) موفقیت سیستم فناوری اطلاعات می شود.

فرضیه دوم

برای بررسی فرضیه دوم همانند فرضیه اول عمل خواهد شد. که نتایج آن در زیر آورده شده است. نتیجه‌ی مرحله اول: با توجه به این که مقدار Sig رابطه بین استفاده از مجاری‌های ارتباطی و موفقیت سیستم فناوری اطلاعات کمتر از ۰/۰۵ است می توان گفت که بین این دو متغیر رابطه معنی دار وجود دارد. نتیجه‌ی مرحله دوم: از آنجایی که نتیجه آزمون دوربین-واتسون در بازه ۱/۵ تا ۲/۵ قرار گرفته است، می توان فرض عدم همبستگی بین خطاها را پذیرفت.

نتیجه‌ی مرحله اول: با توجه به این که مقدار Sig رابطه بین دانش مدیریتی فناوری اطلاعات و موفقیت سیستم فناوری اطلاعات کمتر از ۰/۰۵ است می توان گفت که بین این دو متغیر رابطه معنی دار وجود دارد.

نتیجه‌ی مرحله دوم: از آنجایی که نتیجه آزمون دوربین-واتسون در بازه ۱/۵ تا ۲/۵ قرار گرفته است، می توان فرض عدم همبستگی بین خطاها را پذیرفت.

نتیجه‌ی مرحله سوم: از آنجایی که Sig کمتر از ۵ درصد است، پس فرض خطی بودن رابطه دو متغیر تایید می شود.

نتیجه‌ی مرحله چهارم: از آنجایی که Sig آزمون تساوی ضریب رگرسیون و مقدار ثابت با صفر کوچک تر از ۵ درصد است. بنابراین فرض تساوی دو ضریب α و β با صفر رد می شود و نباید آن‌ها را از معادله رگرسیون خارج کرد و می توان رابطه بین دانش مدیریتی فناوری اطلاعات و موفقیت سیستم فناوری اطلاعات به صورت معادله زیر نوشت:

$$\text{دانش مدیریتی فناوری اطلاعات} = ۵/۹۱ + ۰/۸۶۹ \times \text{موفقیت سیستم فناوری اطلاعات}$$

جدول ۲: استفاده از مجاری های ارتباطی و موفقیت سیستم فناوری اطلاعات

نتایج		نوع آزمون		متغیرها	
-/۵۸۶	ضریب همبستگی	همبستگی پیرسون (مرحله اول)			استفاده از مجاری های ارتباطی (متغیر مستقل) و موفقیت سیستم فناوری اطلاعات (متغیر وابسته)
۰/۰۰۰	Sig				
٪۹۹	سطح اطمینان				
-/۳۴۴	ضریب تعیین	دوربین واتسون (مرحله دوم)			
-/۳۴۰	ضریب تعیین تعدیل شده				
٪۹۸	خطای معیار تخمین				
۷۹۱۹	مقدار آماره دوربین واتسون				
۸۹۴/۳۱۰	مجموع مربعات	رگرسیون	مدل	وارینانس رگرسیون (مرحله سوم)	
۱	درجه آزادی				
۸۹۴/۳۱۰	میانگین مربعات				
۱۰۰/۶۰۲	F	باقیمانده	مدل		
-/۰۰۰	Sig				
۱۷۰۶/۸۰۳	مجموع مربعات				
۱۹۲	درجه آزادی	کل	مدل		
۸۸۹۰	میانگین مربعات				
۲۶۰۷/۱۱۳	مجموع مربعات				
۱۹۳	درجه آزادی	ضریب ثابت	ضریب ثابت	رگرسیون (مرحله چهارم)	
۴/۴۹۲	B				
-/۸۵۰	Std. Error				
۵/۲۸۴	T	استفاده از مجاری های ارتباطی	ضریب ثابت		
-/۰۰۰	Sig				
-/۵۳۰	B				
-/۰۵۳	Std. Error	ضریب استاندارد نشده	استفاده از مجاری های ارتباطی		
-/۵۸۶	Beta				
۱۰/۰۳۰	T				
-/۰۰۰	Sig	ضریب استاندارد شده	استفاده از مجاری های ارتباطی		

نتیجه‌ی مرحله سوم: از آنجایی که sig کمتر از ۵ درصد است، پس فرض خطی بودن رابطه دو متغیر تایید می‌شود.

نتیجه‌ی مرحله چهارم: از آنجایی که sig آزمون تساوی ضریب رگرسیون و مقدار ثابت با صفر کوچک‌تر از ۵ درصد است. بنابراین فرض تساوی دو ضریب α و β با صفر رد می‌شود و نباید آن‌ها را از معادله رگرسیون خارج کرد و می‌توان رابطه بین استفاده از مجاری های ارتباطی و موفقیت سیستم فناوری اطلاعات به صورت معادله زیر نوشت:

$$\text{استفاده از مجاری های ارتباطی} = ۴/۴۹۲ + ۰/۵۳ \times \text{موفقیت سیستم فناوری اطلاعات}$$

با توجه به مطالب آورده شده نمی‌توان فرضیه دوم را رد کرد، بنابراین افزایش (کاهش) استفاده از مجاری های ارتباطی موجب افزایش (کاهش) موفقیت سیستم فناوری اطلاعات می‌شود.

فرضیه سوم
حال که با رگرسیون چندگانه به بررسی تأثیر هر دو متغیر ظرفیت جذب و فرهنگ سازمانی بر موفقیت سیستم فناوری اطلاعات پرداخته می‌شود.
نتیجه‌ی مرحله اول: با توجه به این که مقدار Sig رابطه بین ظرفیت جذب و موفقیت سیستم فناوری اطلاعات کمتر از ۰/۰۵ است می‌توان گفت که بین این دو متغیر

رابطه معنی دار وجود دارد. همچنین از آنجایی که مقدار Sig رابطه بین فرهنگ سازمانی و موفقیت سیستم فناوری اطلاعات کمتر از ۰/۰۵ است می‌توان گفت که بین این دو متغیر هم رابطه معنی دار وجود دارد.

جدول ۳: تأثیر هر دو متغیر ظرفیت جذب و فرهنگ سازمانی بر موفقیت سیستم فناوری اطلاعات

نتایج		نوع آزمون	مستطرها
-۰۶۴	ضریب همبستگی	همبستگی پیرسون بین ظرفیت جذب و موفقیت سیستم فناوری اطلاعات	همبستگی پیرسون (مرحله اول)
-۰-۰-۰	Sig		
٪۹۹	سطح اطمینان		
-۰۶۹۵	ضریب همبستگی	همبستگی پیرسون بین فرهنگ سازمانی و موفقیت سیستم فناوری اطلاعات	دوربین واتسون (مرحله دوم)
-۰-۰-۰	Sig		
٪۹۹	سطح اطمینان		
-۰۶۵۵	ضریب تعیین		
-۰۴۲۹	ضریب تعیین تعدیل شده		
-۰۴۲۳	خطای معیار تخمین		
۳۷۷۲	مقدار آماره دوربین واتسون		
۸۹۶۳۱-	مجموع مربعات	رگرسیون	وارانس رگرسیون (مرحله سوم)
۱	درجه آزادی		
۸۹۶۳۱-	میانگین مربعات		
۱-۰۶-۳	F	متل	
-۰-۰-۰	Sig		
۱۷-۶۸-۳	مجموع مربعات		
۱۹۳	درجه آزادی	باقیمانده	
۸۸۹۰-	میانگین مربعات		
۳۶-۱۱۱۳	مجموع مربعات	کل	
۱۹۳	درجه آزادی		
۱/۳-۹	B	ضریب استاندارد نشده	رگرسیون (مرحله چهارم)
۱/۱۱۴	Std. Error		
۱۲-۸۶	T		
-۰-۰-۰	Sig	ضریب ثابت	
-۰-۶۷	B		
-۰-۳۳	Std. Error		
-۰۳۱۸	Beta	ضریب استاندارد شده	فرهنگ سازمانی
۳۱-۹۲	T		
-۰-۰-۲	Sig		
-۰۳۲۴	B	ضریب استاندارد نشده	ظرفیت جذب
-۰-۴۵	Std. Error		
-۵-۷	Beta		
۷/۲-۲	T	ضریب استاندارد شده	
-۰-۰-۰	Sig		

توسعه سیستم فناوری اطلاعات در سازمان‌های دولتی (مطالعه موردی: سازمان تامین اجتماعی)

سال دوم / شماره چهارم / زمستان ۱۳۹۰

با توجه به مطالب آورده شده نمی‌توان فرضیه سوم را رد کرد.

حال در طراحی مدل به دلیل این که ضریب β متغیر ظرفیت جذب بیشتر از ضریب β متغیر فرهنگ سازمانی می‌باشد. رابطه غیرمستقیم فرهنگ سازمانی و موفقیت سیستم فناوری اطلاعات را نیز مورد بررسی قرار داده می‌شود بدین معنی که تأثیر فرهنگ سازمانی بر ظرفیت جذب نیز مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته خواهد شد، که نتایج آن در جدول زیر آورده شده است.

نتیجه‌ی مرحله دوم: از آنجایی که نتیجه آزمون دوربین-واتسون در بازه ۱/۵ تا ۲/۵ قرار گرفته است، می‌توان فرض عدم همبستگی بین خطاها را پذیرفت.

نتیجه‌ی مرحله سوم: از آنجایی که sig کمتر از ۵ درصد است، پس فرض خطی بودن رابطه دو متغیر تایید می‌شود.

نتیجه‌ی مرحله چهارم: از آنجایی که sig آزمون تساوی ضریب رگرسیون و مقدار ثابت با صفر کوچک‌تر از ۵ درصد است. بنابراین فرض تساوی دو ضریب α و β با صفر رد می‌شود و نباید آن‌ها را از معادله رگرسیون خارج کرد و می‌توان رابطه بین ظرفیت جذب، فرهنگ سازمانی و موفقیت سیستم فناوری اطلاعات به صورت معادله زیر نوشت:

$$\text{فرهنگ سازمانی} \times ۰/۰۶۷ + \text{ظرفیت جذب} \times ۰/۳۲۴ + ۱/۲۰۹ = \text{موفقیت سیستم فناوری اطلاعات}$$

جدول شماره ۴: فرهنگ سازمانی و ظرفیت جذب

نتایج		نوع آزمون	متغیرها	
۰/۵۸۶	ضریب همبستگی	همبستگی پیرسون	استفاده از منابع مالی ارتباطی (متغیر مستقل) و موفقیت سیستم اطلاعات فناوری (متغیر وابسته)	
۰/۰۰۰	Sig	(مرحله اول)		
٪۹۹	سطح اطمینان			
۰/۳۴۴	ضریب تعیین	دوربین واتسون	(مرحله دوم)	
۰/۳۴۰	ضریب تعیین تعدیل شده			
۲/۹۸	خطای معیار تخمین			
۱/۹۱۹	مقدار آماره دوربین واتسون			
۱۰۰/۶۰۲	مقدار آماره F رگرسیون	واریانس رگرسیون	(مرحله سوم)	
۰/۰۰۰	مقدار Sig رگرسیون			
۳۰/۷۰۸	B	ضریب ثابت	رگرسیون (مرحله چهارم)	
۳/۰۶۴	Std. Error			ضریب استاندارد نشده
۱۰/۰۲۶	T			
۰/۰۰۰	Sig			
۱/۱۹۱	B	فرهنگ سازمانی		
۰/۱۲۸	Std. Error			ضریب استاندارد نشده
۰/۵۷۸	Beta			ضریب استاندارد شده
۹/۳۳۷	T			
۰/۰۰۰	Sig			

درصد است. بنابراین فرض تساوی دو ضریب α و β با صفر رد می‌شود و نباید آن‌ها را از معادله رگرسیون خارج کرد و می‌توان رابطه بین فرهنگ سازمانی و ظرفیت جذب به صورت معادله زیر نوشت:

$$\text{فرهنگ سازمانی} \times ۱/۱۹۱ + ۳۰/۷۰۸ = \text{ظرفیت جذب}$$

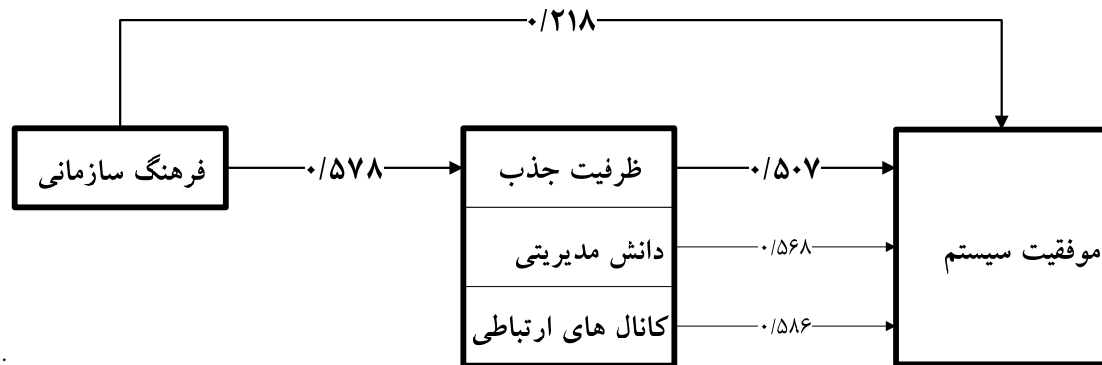
با توجه به مطالب آورده شده نمی‌توان فرضیه اول را رد کرد، بنابراین افزایش (کاهش) فرهنگ سازمانی موجب افزایش (کاهش) ظرفیت جذب می‌شود. با توجه به مطالب آورده شده مدل آماری پژوهش حاضر به صورت زیر نتیجه می‌شود.

نتیجه‌ی مرحله اول: با توجه به این که مقدار Sig رابطه بین استفاده از مجاری‌های ارتباطی و موفقیت سیستم فناوری اطلاعات کمتر از ۰/۰۵ است می‌توان گفت که بین این دو متغیر رابطه معنی‌دار وجود دارد.

نتیجه‌ی مرحله دوم: از آنجایی که نتیجه آزمون دوربین-واتسون در بازه ۱/۵ تا ۲/۵ قرار گرفته است، می‌توان فرض عدم همبستگی بین خطاها را پذیرفت.

نتیجه‌ی مرحله سوم: از آنجایی که sig کمتر از ۵ درصد است، پس فرض خطی بودن رابطه دو متغیر تایید می‌شود.

نتیجه‌ی مرحله چهارم: از آنجایی که sig آزمون تساوی ضریب رگرسیون و مقدار ثابت با صفر کوچک‌تر از ۵



نگاره ۳: مدل آماری پژوهش

بحث و نتیجه گیری

هدف محقق در این تحقیق سنجش تأثیر ظرفیت جذب بر روی موفقیت اجرای فناوری اطلاعات بود و همچنین تأثیری را که فرهنگ سازمانی بر روی ظرفیت جذب و به تبع آن بر روی موفقیت اجرای فناوری اطلاعات می تواند داشته باشد را مورد بررسی قرار دادیم. در اینجا با توجه به مباحث و چارچوب نظری و همچنین یافته های تحقیق می توان نتایج زیر را استنباط نمود:

(۱) تحلیل داده های مربوط به فرضیه اول که در چهار مرحله انجام شد، نشان می دهد که بین سطح دانش مدیریتی فناوری اطلاعات و موفقیت اجرای فناوری اطلاعات رابطه مستقیم و از نوع خطی با یکدیگر دارند، به این معنی که هر چه سطح دانش و آگاهی مدیران از فناوری اطلاعات در سازمان ها بیشتر باشد، اجرای آن موفقیت آمیز تر خواهد بود.

(۲) به توجه به تحلیل داده ها می توان به این نتیجه رسید که استفاده از مجاری ارتباطی داخلی و خارجی، امکان موفقیت اجرای فناوری اطلاعات را بیشتر می کند و این به این معنی است که بین استفاده از مجاری ارتباطی داخلی و خارجی و موفقیت اجرای فناوری اطلاعات همبستگی مثبت و معنی داری وجود دارد.

(۳) نتایج تحلیل داده های مربوط به فرضیه سوم نشان می دهد که بین فرهنگ سازمانی و ظرفیت جذب همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد و فرهنگ

سازمانی قوی از طریق تأثیرگذاری بر ظرفیت جذب، امکان بکارگیری موفقیت آمیز فناوری اطلاعات را افزایش می دهد و این به این معنی است که فرهنگ سازمانی به صورت غیر مستقیم موفقیت اجرای فناوری اطلاعات را تحت تأثیر قرار می دهد.

با دقت تر شدن در مؤلفه های که محتوای پرسشنامه را تشکیل می دهند می توان پیشنهاداتی را به صورت زیر به مدیران سازمان ها ارائه داد:

(۱) با در نظر گرفتن این که حدود ۵۶ درصد از تغییرات موفقیت سیستم فناوری اطلاعات را دانش مدیریتی فناوری اطلاعات توجیه می کند، می توان چنین بیان کرد که با افزایش آگاهی گروه مدیریت فناوری اطلاعات از عملیات هر واحد و از استراتژی های هر واحد، بکارگیری فناوری اطلاعات به عنوان یک ابزار برای افزایش بهره وری کارکنان اداری و تخصصی و استفاده تیم مدیریتی هر واحد، از فناوری اطلاعات به عنوان یک وسیله رقابتی در ارتباط با دیگر واحدها احتمال افزایش موفقیت سیستم فناوری اطلاعات بیشتر خواهد شد. همچنین با بکارگیری متخصصین در اداره و گروه های متنوعی از پرسنل، آموزش های فنی و تخصصی برای کارکنان، استفاده از گزارشات کمی و استاندارد و استفاده از مدیران به عنوان تیم های مکمل یا هماهنگ کننده می توان موجب بهبود مجاری های ارتباطی در سازمان و به تبع افزایش موفقیت سیستم فناوری اطلاعات شد و این مهم با تأثیر پذیری ۵۸

اطلاعات شوند و هم ظرفیت جذب را در سازمان بهبود بخشند.

(۵) از جمله مواردی که می‌تواند ظرفیت جذب را در سازمان بهبود بخشد عبارتند از: استفاده از کارگروهی در سازمان‌ها به جای سلسله مراتب، ایجاد اعتماد در سازمان و به وجود آوردن فضایی که کارکنان بتوانند به راحتی از یکدیگر انتقاد کنند که در نهایت منجر به بهبود فرهنگ سلسله مراتبی شده و در نهایت ظرفیت جذب را بالا برده. همچنین با کمک به رسیدن به اجماع در موضوعات سخت در بین کارکنان، بهبود روابط کلامی بین کارکنان و تلاش در راستای به توافق رسیدن در هنگام بروز تضاد و اختلاف که بعد عقلانی فرهنگ سازمانی را تقویت می‌کند، می‌توان ظرفیت جذب را افزایش داد.

(۶) دادن آزادی به کارکنان برای مذاکره و گفتگو با روسای اداره، کارشناسان و کارمندان در زمینه کار، مشورت کردن با کارکنان در خصوص اموری که دارای اطلاعات تخصصی هستند، قرار گرفتن نظرات کارکنان در اختیار مدیران، داشتن بحث‌های گروهی، ایجاد فضای قابل اعتمادی برای برقراری ارتباط با سایر کارکنان، قرار دادن فرصت در اختیار کارکنان برای خلق افکار نو و ارائه پیشنهادات، تشویق کارکنان در حل مسئله به صورت گروهی، ایجاد فرصت برای انتقال مهارت کارکنان به یکدیگر، برگزاری دوره‌های آموزشی مختلفی در جهت افزایش توانایی کارکنان برای مقابله با مشکلات، ایجاد فضایی که کارکنان سعی کنند روش‌های جدید را پیش از دیگران بیاموزند و ایجاد فرصت‌های کافی برای ارتقا دادن مهارت‌ها و توانایی‌های کارکنان به منظور انجام وظایف کاری جدید از دیگر مواردی است که می‌توانند با ارتقاء فرهنگ سازمانی در بهبود ظرفیت جذب موثر باشند.

(۷) در انتها می‌توان چنین بیان کرد که فرهنگ سازمانی به صورت مستقیم حدود ۲۱ درصد از تغییرات موفقیت سیستم اطلاعاتی و ظرفیت جذب به

درصدی موفقیت سیستم فناوری اطلاعات از مجاری- های ارتباطی قابل توجه است و رد نشدن این فرضیه مشابه کار کینگر^۷ و همکاران می‌باشد.

(۲) با توجه به این که فرهنگ سازمانی حدود ۵۷ درصد از تغییرات ظرفیت جذب را توجیه می‌کند مدیران سازمان‌ها می‌توانند با اداره فضای مناسب و قابل اعتمادی برای انجام کارها بین کارکنان و یا طراحی فرایندهای کاری به گونه‌ای که کار به صورت گروهی انجام شود روابط مبتنی بر اعتماد، ایجاد روحیه تعاون، کمک به آموزش، به اشتراک گذاشتن بهتر دانش، ارتباط دوستانه اعضا با مسئولین، مشارکت در سایر فعالیت‌های اجتماعی، پیگیری و توجه مسئولین به دغدغه‌های کارکنان و ایجاد روابط مبتنی بر اخلاقیات و... لازم است سازمان‌های مذکور برای بهبود ایجاد روابط مبتنی بر اعتماد و همکاری گروهی کارکنان خود از طریق برنامه ریزی فرهنگی جهت غنی سازی فرهنگ اجتماعی و سازمانی، تقویت مؤلفه‌های فرهنگی و اجتماعی نظیر احساس هویت گروهی و سازمانی مشترک، احساس تعلق به آینده‌ای مشترک، مشارکت و اعتمادهای بین فردی و گروهی، ایجاد نظام‌های مشارکتی، ایفای مناسب نقش رهبری و افزایش فعالیت‌های جمعی مشترک اقدام نمایند.

(۳) با توجه به نقش اعتماد، افزایش اعتماد کارکنان از طریق تقویت روابط دوستانه بین کارمند و کارفرما با رهبری صحیح، رعایت عدالت سازمانی، گسترش اصول اخلاقی با فرهنگ سازی و... می‌تواند فرهنگ سازمان را در جهت کسب اطلاعات بهبود بخشد و ظرفیت جذب را ارتقاء دهند و رد نشدن این فرضیه مشابه کار کینگ^۸ و همکاران می‌باشد.

(۴) همچنین می‌توان این توصیه را به مدیران داشت که با افزایش همکاری متقابل بین کارکنان، ایجاد ارتباط بهتر بین کارکنان اداره در واحدهای مختلف فرهنگ توسعه‌ای را در سازمان ارتقاء دهند و بر این اساس هم باعث افزایش موفقیت سیستم فناوری

- intranet technology. *European Management Journal*, 16(3), 341-354.
- 11 Kanter, R. M. (1996). When a thousand flowers bloom: Structural, collective, and social conditions for innovation in organizations. In P. S. Myers (Ed.), *Knowledge management and organizational design* (pp. 93-131). Boston: Butterworth-Heinemann.
- 12 Kettinger, W. J., & Grover, V. (1995). Special Section: Toward a theory of business process change management. *Journal of MIS*, 12(1), 9-30.
- 13 King, J. L., Gurbaxani, V., Kraemer, K. L., McFarlan, F. W., Raman, K. S., & Yap, C. S. (1994). Institutional factors in information technology innovation. *Information Systems Research*, 5(2), 139-169.
- 14 Lane, P. J., Salk, J. E., & Lyles, M. A. (2001). Absorptive capacity, learning, and performance in international joint ventures. *Strategic Management Journal*, 22, 1139-1161.
- 15 Mangematin, V., & Nestra, L. (1999). What kind of knowledge can a firm absorb?. *International Journal of Technology Management*, 18(3/4), 149-172.
- 16 Miner, A. S. (1994). Seeking adaptive advantage: Evolutionary theory and managerial action. In J. A. C.
- 17 Quinn, R. E., & Spreitzer, G. M. (1991). The psychometrics of the competing values culture instrument.
- 18 Van den Bosch, F. A. J., Volberda, H. W., & de Boer, M. (1999). Coevolution of firm absorptive capacity and knowledge environment: Organizational forms and combinative capabilities. *Organization Science*, 10(5), 551-568.
- 19 Zahra, S. A., & George, G. (2002b). The net-enabled business innovation cycle and the evolution of dynamic capabilities. *Information Systems Research*, 13(2), 147-150.
- 20 Fiol, C. M., & Lyles, M. A. (1985). Organizational learning. *Academy of Management Review*, 10(4), 803-813.
- صورت کلی حدود ۵۰ درصد از تغییرات این متغیر را توجیه می‌کند؛ و این موفقیت سیستم اطلاعاتی بدان معنی است که سیستم‌های اطلاعاتی بازیافت سرمایه را به خوبی فراهم می‌کند، قابل اعتماد هستند، پاسخگویی یا بازگشت سرمایه گذاری را بهبود می‌بخشد، مزیت رقابتی ایجاد می‌کند، رضایت کارکنان را افزایش می‌دهند، فعالیت‌ها یا هزینه‌های انجام شده در رسیدن به اهداف را کاهش می‌دهد و استفاده از آن‌ها آسان است.

References

- Alavi, M., & Leidner, D. E. (2001). Review: Knowledge management and knowledge management systems: Conceptual foundations and research issues. *MIS Quarterly*, 25(1), 107-136.
- Argyris, C., & Schon, D. (1978). *Organization learning*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Ayas, K. (1996). Design for learning and innovation. *Long Range Planning*, 29(6), 898-901.
- Berthoin Antal, A., Dierkes, M., & Hahner, K. (1997). Business perception of contextual changes: Sources and impediments to organizational learning. *Business & Society*, 36(4), 387-407.
- Boynton, A. C., Zmud, R. W., & Jacobs, G. C. (1994). The influence of IT management practice on IT use in large organizations. *MIS Quarterly*, 18(3), 299-318.
- Chakrabarti, A. K., Feineman, S., & Fuentesvilla, W. (1983). Characteristics of sources, channels, and contents for scientific and technical information systems in industrial R and D. *IEEE Transactions on Engineering Management*, EM-30(2), 83-88.
- Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1990). Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35, 128-152.
- Daft, R. L., & Weick, K. E. (1984). Toward a model of organizations as interpretation systems. *Academy of Management Review*, 9(2), 284-295.
- Grover, V. (1993). An empirically derived model for the adoption of customer-based interorganizational systems. *Decision Sciences*, 24(3), 603-640.
- Harvey, M., Palmer, J., & Speier, C. (1998). Implementing intra-organizational learning: A phased-model approach supported by

یادداشت‌ها

- Pening & Harinto
- Bointon & etal
- Lenier & Azmoud
- Cohen & Levinthal
- Quinn
- levinthal
- Kettinger
- King