

بررسی رابطه بین رضایت شغلی کارکنان و میزان مشارکت آن‌ها در فرآیندهای مدیریت دانش مطالعه موردی کارکنان ادارات شهر کازرون

حمیده طهماسبی^۱، شهرام حافظی^۲، محمد حسن بهبودی^۳

^۱ دانش آموخته ی کارشناسی ارشد مدیریت مالی دانشگاه آزاد اسلامی واحد کازرون، ایران

^۲ استادیار و عضو هیات علمی تمام وقت گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد کازرون، ایران

^۳ عضو هیات علمی وابسته گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد کازرون، ایران

چکیده

هدف: هدف این پژوهش بررسی رابطه بین رضایت شغلی کارکنان و میزان مشارکت آن‌ها در فرآیندهای مدیریت دانش در ادارات شهر کازرون است. این مطالعه به دنبال شناخت تأثیر رضایت شغلی بر مشارکت کارکنان در مدیریت دانش و بهبود عملکرد سازمانی می‌باشد. روش: پژوهش از نوع توصیفی-پیمایشی و کاربردی است. جامعه آماری شامل تمامی کارکنان ادارات شهر کازرون (۴۵۰ نفر) بوده که نمونه‌ای ۲۱۰ نفری با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی انتخاب شد. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه استاندارد رضایت شغلی و مشارکت در مدیریت دانش بود که روایی و پایایی آن‌ها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ تأیید شد. داده‌ها با استفاده از آمار توصیفی، آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون چندمتغیره تحلیل شدند. یافته‌ها: نتایج نشان داد بین رضایت شغلی کارکنان و میزان مشارکت آن‌ها در فرآیندهای مدیریت دانش رابطه مثبت و معناداری وجود دارد ($p < 0.001$, $r = 0.64$). همچنین، سبک مدیریتی مشارکتی تأثیر مثبت و معناداری بر رضایت شغلی دارد و از طریق آن مشارکت در مدیریت دانش را افزایش می‌دهد. مدیریت دانش و مدیریت استعداد نیز به طور مستقیم بر افزایش رضایت شغلی تأثیرگذار بودند. پرداخت به موقع حقوق و مزایا و وجود فرصت‌های رشد و توسعه شغلی باعث افزایش رضایت شغلی و مشارکت کارکنان در مدیریت دانش شدند. علاوه بر این، عوامل فردی مانند غرور سازمانی، منزلت شغلی و اشتیاق سازمانی نقش واسطه‌ای در رابطه بین رضایت شغلی و مشارکت در مدیریت دانش داشتند. نتیجه‌گیری: افزایش رضایت شغلی از طریق بهبود سبک مدیریت، ایجاد فضای مشارکتی، پرداخت منظم حقوق و فراهم آوردن فرصت‌های رشد شغلی، موجب افزایش مشارکت کارکنان در فرآیندهای مدیریت دانش می‌شود که این امر به ارتقای بهره‌وری و تحقق اهداف سازمانی در ادارات کازرون منجر خواهد شد.

واژگان کلیدی: رضایت شغلی، مشارکت کارکنان، مدیریت دانش، سبک مدیریتی مشارکتی، بهره‌وری سازمانی، ادارات کازرون

۱-مقدمه

در دنیای معاصر، سازمان‌ها با چالش‌های متعددی در زمینه حفظ و توسعه منابع انسانی و دانش سازمانی مواجه‌اند. یکی از عوامل کلیدی برای موفقیت سازمان‌ها، رضایت شغلی کارکنان است که تأثیر مستقیمی بر انگیزش، تعهد و عملکرد آن‌ها دارد. از سوی دیگر، مدیریت دانش به عنوان فرآیندی سیستماتیک برای ایجاد، به اشتراک‌گذاری و استفاده از دانش سازمانی، نقش مهمی در افزایش بهره‌وری و نوآوری ایفا می‌کند. مشارکت فعال کارکنان در فرآیندهای مدیریت دانش، می‌تواند به ارتقاء کیفیت تصمیم‌گیری و حفظ مزیت رقابتی سازمان کمک کند. بنابراین، بررسی رابطه بین رضایت شغلی و مشارکت در مدیریت دانش اهمیت ویژه‌ای دارد.

بیان مسئله این پژوهش در این است که علی‌رغم اهمیت دو متغیر رضایت شغلی و مدیریت دانش، در ادارات شهر کازرون مطالعات کمی در خصوص نحوه تأثیر رضایت شغلی بر میزان مشارکت کارکنان در فرآیندهای مدیریت دانش انجام شده است. فقدان مشارکت کافی کارکنان در مدیریت دانش می‌تواند منجر به کاهش انتقال تجارب، کاهش نوآوری و افت کارایی سازمانی شود. از این رو، شناخت عوامل مؤثر بر رضایت شغلی و تأثیر آن بر مشارکت در مدیریت دانش، می‌تواند به بهبود عملکرد ادارات کمک کند.

اهمیت و ضرورت پژوهش از آنجا ناشی می‌شود که رضایت شغلی به عنوان یکی از عوامل روانشناختی کلیدی، می‌تواند انگیزه کارکنان را برای مشارکت در فرآیندهای دانش‌محور افزایش دهد. مطالعات مختلف نشان داده‌اند که فرهنگ سازمانی حمایتی، تسهیم دانش و سبک‌های مدیریتی مشارکتی، رابطه مثبتی با رضایت شغلی و مدیریت دانش دارند (زارعی محمودآبادی، ۱۳۹۸؛ دارابی و همکاران، ۱۳۹۶). همچنین، تحقیقات در حوزه‌های مشابه بیان کرده‌اند که افزایش رضایت شغلی باعث ارتقای تعهد سازمانی و مشارکت کارکنان در فعالیتهای نوآورانه و مدیریت دانش می‌شود (الارج و همکاران، ۲۰۱۶؛ لی و همکاران، ۲۰۱۶).

مطالعات پیشین در ایران و جهان نشان داده‌اند که مدیریت دانش و فرهنگ سازمانی به طور مستقیم و غیرمستقیم بر رضایت شغلی تأثیرگذارند و این رابطه می‌تواند از طریق تسهیم دانش و ایجاد فضای اعتماد سازمانی تقویت شود (زارعی محمودآبادی، ۱۳۹۸؛ گودرزی و همکاران، ۱۳۹۴). همچنین پژوهش‌های انجام شده در دانشگاه‌ها و سازمان‌های دولتی کشور، نقش مدیریت استعداد و سبک‌های مدیریتی را در افزایش رضایت شغلی و مشارکت کارکنان در مدیریت دانش تأیید کرده‌اند (پژوهش دانشگاه آزاد اسلامی آذربایجان غربی، ۱۴۰۰).

موضوع بررسی رابطه بین رضایت شغلی کارکنان و میزان مشارکت آن‌ها در فرآیندهای مدیریت دانش از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، زیرا رضایت شغلی به عنوان یکی از عوامل روانشناختی کلیدی، نقش مهمی در انگیزش، تعهد و عملکرد کارکنان ایفا می‌کند. زمانی که کارکنان از شرایط کاری خود رضایت داشته باشند، تمایل بیشتری به مشارکت فعال در فعالیتهای سازمانی، به ویژه فرآیندهای مدیریت دانش خواهند داشت. مدیریت دانش به معنای جمع‌آوری، سازماندهی، به اشتراک‌گذاری و استفاده بهینه از دانش درون سازمان است که می‌تواند به افزایش بهره‌وری، نوآوری و بهبود تصمیم‌گیری‌ها کمک کند. مشارکت کارکنان در این فرآیندها باعث می‌شود دانش به صورت مؤثر منتقل شود و سازمان از توانایی‌های فکری و تجربی نیروی انسانی خود بهره‌مند گردد. در ادارات شهر کازرون، مانند بسیاری از سازمان‌های دولتی، چالش‌هایی مانند کمبود انگیزه، عدم مشارکت کافی در انتقال دانش و مشکلات مدیریتی وجود دارد که می‌تواند بر عملکرد کلی سازمان تأثیر منفی بگذارد. بنابراین، شناخت رابطه بین رضایت شغلی و مشارکت در مدیریت دانش می‌تواند راهگشای بهبود وضعیت منابع انسانی

و ارتقای کیفیت خدمات باشد. مطالعات پیشین نشان داده‌اند که سبک‌های مدیریتی مشارکتی، فرهنگ سازمانی حمایتی و سیستم‌های پاداش و انگیزش مناسب، نقش مؤثری در افزایش رضایت شغلی و مشارکت کارکنان دارند. همچنین، عوامل فردی مانند انگیزه پیشرفت، سرسختی روانشناختی و احساس تعلق سازمانی نیز بر این رابطه تأثیرگذار هستند. با توجه به ویژگی‌های خاص فرهنگی و ساختاری ادارات کازرون، انجام پژوهشی بومی و کاربردی در این زمینه ضروری است تا بتوان راهکارهای عملی و مؤثری برای بهبود رضایت شغلی و افزایش مشارکت در مدیریت دانش ارائه داد. این موضوع نه تنها به توسعه منابع انسانی کمک می‌کند، بلکه موجب ارتقای بهره‌وری، نوآوری و تحقق اهداف سازمانی خواهد شد و در نهایت به بهبود کیفیت خدمات و رضایت مراجعین منجر می‌شود.

با توجه به اهمیت موضوع و کمبود مطالعات بومی در زمینه رابطه رضایت شغلی و مشارکت در مدیریت دانش در ادارات شهر کازرون، انجام این پژوهش ضرورت دارد تا ضمن شناسایی وضعیت موجود، راهکارهای عملی جهت بهبود شرایط کاری و ارتقای مشارکت کارکنان در فرآیندهای مدیریت دانش ارائه شود. این امر می‌تواند به توسعه منابع انسانی، افزایش بهره‌وری و تحقق اهداف سازمانی در سطح ادارات کازرون کمک شایانی نماید.

علاوه بر این، در شرایط کنونی که سازمان‌ها با تغییرات سریع محیطی و رقابت‌های فزاینده مواجه هستند، مدیریت دانش به عنوان یک منبع استراتژیک برای حفظ مزیت رقابتی اهمیت فراوانی یافته است. کارکنان به عنوان حاملان اصلی دانش ضمنی و تجربی سازمان، نقش محوری در فرآیندهای خلق، انتقال و کاربرد دانش دارند. در نتیجه، مشارکت فعال آن‌ها در این فرآیندها نه تنها به بهبود کیفیت تصمیم‌گیری‌ها کمک می‌کند، بلکه موجب افزایش نوآوری و انعطاف‌پذیری سازمان در مواجهه با چالش‌ها می‌شود. اما این مشارکت مستلزم وجود انگیزه و رضایت شغلی کافی در میان کارکنان است. رضایت شغلی باعث ایجاد حس تعلق، امنیت روانی و انگیزه برای همکاری بیشتر می‌شود و کارکنان را ترغیب می‌کند تا دانش خود را به اشتراک بگذارند و در فعالیتهای تیمی مشارکت کنند. (الوانی، ۱۳۹۶)

در ادارات شهر کازرون، با توجه به ساختارهای سازمانی و فرهنگی خاص، ممکن است موانعی مانند کمبود حمایت‌های مدیریتی، عدم شفافیت در فرآیندهای کاری و ناکافی بودن سیستم‌های پاداش و تشویق وجود داشته باشد که رضایت شغلی و در نتیجه مشارکت در مدیریت دانش را تحت تأثیر قرار می‌دهد. از این رو، بررسی دقیق این رابطه می‌تواند به شناسایی نقاط ضعف و قوت سازمان کمک کند و زمینه‌ساز طراحی برنامه‌های بهبود مدیریت منابع انسانی و دانش شود.

همچنین، توجه به ابعاد روانشناختی و فردی کارکنان، مانند انگیزه پیشرفت، سرسختی روانشناختی و احساس ارزشمندی در سازمان، می‌تواند در افزایش رضایت شغلی و مشارکت مؤثر باشد. این عوامل در کنار عوامل سازمانی، چارچوبی جامع برای درک بهتر رفتار کارکنان و بهینه‌سازی فرآیندهای مدیریت دانش فراهم می‌آورد.

در نهایت، این پژوهش می‌تواند به مدیران و تصمیم‌گیرندگان ادارات کازرون کمک کند تا با اتخاذ سیاست‌های مناسب، فرهنگ سازمانی مشارکتی و سیستم‌های انگیزشی کارآمد، رضایت شغلی کارکنان را افزایش داده و مشارکت آن‌ها را در مدیریت دانش تقویت کنند. این امر نه تنها بهره‌وری و کیفیت خدمات را ارتقا می‌دهد، بلکه موجب حفظ سرمایه‌های انسانی و دانش سازمانی شده و به توسعه پایدار سازمان کمک می‌کند. (زارعی محمودآبادی، ۱۳۹۸).

۲- مروری بر مبانی نظری

۲-۱- ابعاد رضایت شغلی

پژوهشگران به پنج بعد رضایت شغلی معرف خصوصیات برجسته ی شغلی اشاره می کنند که در صحنه ی رضایت شغلی نقش مهمی ایفا می کنند، این ابعاد، بر رضایت پرداخت، برابری ادراکی افراد از حقوق و روش پرداخت اشاره می کند. رضایت از شغل که به جالب بودن شغل برای فرد، وجود فرصت های یادگیری و رشد از طریق کار دلالت دارد. رضایت از همکاران که به معنای میزان دوستی، صلاحیت فنی و حمایتی که همکاران از خود نشان می دهند. رضایت از سرپرست که به توانایی های فنی و مدیریتی مدیران ملاحظاتی که آنان برای علایق کارکنان از خود نشان می دهند اشاره دارد و در نهایت رضایت از ترفیع که به دسترسی به فرصت های واقعی برای پیشرفت کارکنان دلالت می کند (فتاحی، ۱۴۰۰، ص ۱۳۲).

رزئی^۱، (۲۰۰۱) رضایت شغلی را مفهومی چند وجهی می داند که شامل ابعاد درونی و بیرونی است. منابع رضایت درونی به ویژگی های شخصیتی فرد بر می گردند، مانند توانایی ابتکار عمل و برقراری ارتباط با سرپرستان که به آن ها جنبه های کیفی شغل می گویند. منابع رضایت بیرونی، اقتضایی و وابسته به شرایط محیطی هستند، مانند پرداخت، ارتقا یا امنیت شغلی (الوانی و دانایی فرد، ۱۳۹۸، ص ۶۴۸).

کارکنان در رضایت بیرونی، رضایت خود را از عواملی مثل پرداخت، ارتقا، تحسین سرپرست و تعامل با همکاران (نشات گرفته از وظایف) بروز می دهند و در رضایت درونی رضایت خود را از ارزش ها، حس مسئولیت پذیری، رتبه و جایگاه اجتماعی، موقعیت، استقلال و عزت نفس متأثر از وظایف و کارها نشان می دهند. به رضایت شغلی به عنوان مهمترین نگرش، طرز تلقی یا قضاوت کارکنان نسبت به شغل و سازمان خود استناد می شود (فوداجی، ۱۳۹۹، ص ۲۸۶).

۲-۲- نظریه های رضایت شغلی

۲-۲-۱- نظریه دو عاملی هرزبرگ^۲

فردریک هرزبرگ با پذیرش الگوی نظری کامروایی نیاز، اظهار می دارد که خشنودی شغلی اصولاً با ناخوشنودی شغلی تفاوت دارد. هرزبرگ رضایت و ناراضی را مستقل از یکدیگر تلقی می کند و از نظر وی این دو ابتدا و انتهای یک پیوستار نیستند. طبق نظریه هرزبرگ مشخصات شغل را می توان در دو مجموعه ی بزرگ گروه بندی کرد.

(الف) عوامل بهداشتی: وجود این عوامل در شغل، موجب خوشنودی شغلی نمی شود ولی عدم وجود آن ها موجب ناخوشنودی خواهد شد. به نظر هرزبرگ این عوامل عبارتند از: طرز تلقی و برداشت کارکنان از امور، خط مشی های سازمان، ماهیت و میزان سرپرستی و مدیریت، استقرار روابط متقابل و دو جانبه با سرپرستان و همکاران، سطح میزان حقوق و دستمزد، امنیت شغلی، زندگی شغلی کارکنان، مقام و منزلت.

(ب) عوامل انگیزشی: این دسته از عوامل، اگر وجود داشته باشند موجب رضایت شغلی می شود، ولی نبودن آنها به ناراضی شغلی منجر نخواهد شد، بلکه سبب بی تفاوتی کارمندان می شود. به اعتقاد هرزبرگ این عوامل عبارتند از: موفقیت، تایید و تقدیر از افراد و کار آن ها، پیشرفت و رشد شغلی، ماهیت و محتوای کار و وظایف محوله، رشد فردی، و ماهیت مسئولیت ها (زارعی محمودآبادی، ۱۳۹۸ صص ۱۲۳ - ۱۲۲).

^۱. Rozee

^۲. Herzberg

۲-۲-۲- نظریه کینزبرگ^۱

کینز برگ و همکاران رضایت شغلی را به دو نوع تقسیم می نمایند؛ اول رضایت بیرونی که از دو منبع حاصل می شود، اول لذتی که انسان صرفاً از اشتغال به کار و فعالیت و برآثر مشاهده یا انجام مسئولیت های اجتماعی و به ظهور رساندن توانایی ها و رغبت های فردی به دست می آورد. دوم رضایتی که با شرایط اشتغال و محیط کار ارتباط دارد و هر آن در حال تغییر است. از جمله این عوامل می توان شرایط محیط کار، مقدار دستمزد و پاداش، نوع کار و روابط موجود میان کارگر و کارفرما را ذکر نمود. ضمناً رضایت درونی پایدارتر از رضایت بیرونی است (صمدپور، ۱۴۰۰، ص ۳۴).

از تعاریف مختلف چنین بر می آید که مفهوم رضایت شغلی بیانگر احساسات و نگرش های مثبتی است که شخص به شغلش دارد. از نظر هوپوک، (۱۹۳۵) رضایت شغلی مفهومی پیچیده و چند بعدی است که با عوامل جسمانی، روانی، و اجتماعی ارتباط دارد.

۲-۲-۳- نظریه کندال^۲ و اسمیت^۳

کندال و اسمیت، (۱۹۹۶) برای رضایت شغلی پنج بعد ذکر کرده و رضایت فرد را در ارتباط با آن ها تعریف می کنند. این ابعاد، که مهمترین ویژگی های یک شغل را در زمینه ی اینکه کدام افراد واکنش های مثبت موثری نسبت به آن دارند نشان می دهند، عبارت اند از:

ماهیت کار: یعنی خصوصیات و ویژگی هایی که وظایف شغلی فرد وجود دارد که عبارتند از: سطح شغل و محتوای شغل. سطح شغل: یکی از پایدارترین یافته ها این است که هر چه سطح شغل بالاتر باشد، رضایت شغلی بیشتر است. به عبارت دیگر، براساس نظریه ی گروه مرجع، اجتماع روی هم رفته برای بعضی از مشاغل، نسبت به مشاغل دیگر، ارزش بیشتری قائل است. همچنین در شرایط یکسان، کسانی که مایل اند با ارضای نیازهایشان موجبات رضایت شغلی را فراهم کنند، به احتمال زیاد در مشاغل سطح بالا این کار ممکن است تا در مشاغل سطح پایین.

محتوای شغل: محتوای شغل از مهمترین جنبه های کار، که بر رضایت شغلی اثر دارد، تنوع کار و روش کنترل کار است. معمولاً کارکنان مشاغلی را ترجیح می دهند که چالشی باشند و به انجام دادن مشاغلی که به تفکر نیاز ندارد یا به طور تکراری هر روز آن را انجام دهند تمایلی ندارند. مشاغل با تنوع بالا نیز باعث می شود که کارکنان از نظر روانی و فیزیکی احساس استرس و کوفتگی کنند. مشاغلی که به کارکنان در حد متوسطی اختیار در انجام دادن کارشان می دهد، بیشترین رضایت شغلی را برای کارکنان فراهم می آورد. از دیگر خصوصیات کار، ابهام نقش، ایمنی شغل، و شرایط مادی کار مانند نور و گرماست.

در تعریف ابهام نقش، جانسون و استیونسون آورده اند که ابهام نقش، وظایف و و توقعات ناروشن شغلی است. میشل رابطه ی ابهام نقش و رضایت را مورد بحث قرار می دهد. او معتقد است مطالعه های مربوط به رابطه ی ابهام نقش و رضایت شغلی بیانگر رابطه ای منفی بین دو عامل است؛ یعنی کاهش ابهام باعث افزایش رضایت شغلی می شود. (فتاحی، ۱۴۰۰، ۲۱)

دستمزد: مقدار اجرت مالی که فرد در ازای انجام کار دادن کار دریافت می کند. میزان دستمزد مهم ترین تعیین کننده ی رضایت شغلی است، زیرا نقش مهمی در ارضای نیاز های فرد ایفا می کند.

^۱. Kinzberg

^۲. Kandal

^۳. Esmi

فرصت ارتقا: به فرصت پیشرفت در سلسله مراتب سازمانی اشاره دارد. معمولاً مشاغلی که در سازمان در سطوح بالاتری قرار دارند، برای کارکنان آزادی و درآمد بیشتری را فراهم می آورند، بنابراین برای آن ها ارزش بیشتری دارد. نظارت و سرپرستی: نتایج تحقیقات نشان می دهد که اگر رئیس واحد (از نظر کارکنان) صمیمی باشد، به عملکرد خوب پاداش دهد و... رضایت شغلی افزایش خواهد یافت. رابطه با همکاران: درجه ای که همکاران شغلی از لحاظ فنی و از بعد اجتماعی حامی فردند (فوداجی، فاطمه، ۱۳۹۹، صص ۲۵۸ - ۲۵۷).

۴-۲-۲- نظریه کامروایی

یکی از نظریه هایی که در زمینه ی رضایت شغلی مطرح شده است، نظریه ی کامروایی نیاز است. این نظریه سه نیاز اساسی روانشناختی را مورد تاکید قرار می دهد: خود مختاری (اینکه فرد در کار خود احساس آزادی عمل داشته باشد)، کفایت (احساس توانایی) و ارتباط (نیاز با دیگران بودن). این نظریه بیان می دارد که در شرایط یکسان در سازمان، هر قدر این سه نیاز در شخص بیشتر شود، رضایت شغلی او بیشتر است (بنی هاشمیان، گلستان جهرمی، قنبری پیر کاشانی، شرفی، ۱۳۹۰، صص ۳۳). با آن که درباره رضایت شغلی نظریه های گوناگونی تدوین و ارائه شده است، اما می توان گفت تمامی آن ها رضایت شغلی را بر پایه سه محور توقعات و انتظار های افراد در رابطه با موقعیت های واقعی، میزان برآورده شدن نیازهای جسمی و روانی و سطح ابقای ارزش های مهم قرار می دهند (گودرزی، سیدین و حریرزاده، ۱۳۹۴، صص ۵۸).

رضایت شغلی عنصری مهم در دیدگاه سازمانی است، زیرا منجر به تعهد سازمانی بیشتر کارمندان می شود و تعهد بالا منجر به موفقیت و پیشرفت سازمانی کلی و رشد بیشتر و تاثیر گذاری و کارآمدی سازمان و درخواست کم کارمندان برای خروج از شرکت می شود. اشخاص ناراضی ای که سازمان را ترک می کنند بر انگیزه یا افرادی که در شرکت می مانند تاثیر می گذارند و در نتیجه سطح عملکرد این افراد پایین می آید و آن ها ممکن است کارشکنی کرده و شغل را رها کنند. اگرچه رضایت شغلی یک متغیر ذهنی است که نمی توان آن را به صورت عینی اندازه گرفت، اما همواره بیان شده که رضایت شغلی بیشتر با انواع رفتار ها مانند غیبت کمتر، انجام بهتر وظیفه، و مشارکت بیشتر در بهره وری شغل مرتبط است. علاوه بر این، نارضایتی با استرس و عواقب منفی بیشتر در ارتباط بوده است. بنابراین به نظر می رسد که رضایت شغلی متغیر مهمی در زمینه موفقیت کارکنان است (ص الوانی، ۱۳۹۶، صص ۱۹).

۴-۲-۳- عوامل موثر بر رضایت شغلی

عوامل متعددی بر رضایت شغلی موثرند، اما نتایج تحقیقات محققان علوم رفتاری نشان می دهد که مهم ترین عوامل مؤثر در رضایت شغلی عبارتند از: نوع کار، همکار، حقوق و مزایا، نوع برخورد و احترامی که سازمان به فرد می گذارد، امنیت شغلی، امکان ابراز نظر، کسب شهرت به سبب عملکرد و امکان پیشرفت. بر این اساس عوامل مهم و تعیین کننده زیر در رضایت شغلی موثرند:

۱-۳-۲- هموارد طلبی اندیشه ای یا چالشگری فکری

معمولا افراد تمایل دارند تا با توجه به فرصت هایی که در حیطه ی شغلی پیش می آید، از توانایی و مهارت های خویش استفاده کنند و در نهایت دستاورد های موفقیت آمیز خود را به نمایش بگذارند. لذا کارهایی که هموارد طلب نباشند، باعث کسالت فرد می شوند. از طرفی دیگر اگر چالشگری شغلی بسیار زیاد باشد، باعث استیصال کارکنان، سرخوردگی و ناکامی و شکست آنان می شود، اما اگر هموارد طلبی حالت افراط نداشته باشد، موجب شادی آفرینی و رضایت شغلی در کارکنان می شود. (الوانی، ۱۳۹۶)

۲-۳-۲- یکسانی حقوق و مزایا

همه افراد دوست دارند که سیستم پرداخت و سیاست ارتقای دستمزدها، عادلانه و بدون ابهام و مطابق انتظارتشان باشد. با توجه به نوع شغل و سطح مهارت فرد، اگر میزان حقوق و مزایا معقول و عادلانه باشد، رضایت شغلی به بار می آید. البته در بسیاری از مواقع اگر کارکنان حس کنند که در محل کار با آنان عادلانه برخورد شده و تبعیض کمتر است، آگاهانه و از روی میل می پذیرند که پول کمتری بگیرند و کار کنند. رمز اصلی در مرتبط ساختن میزان حقوق با رضایت شغلی، در کل مبلغی است که شخص می گیرد، نیست بلکه این امر در گرو پنداشت، برداشت یا درکی است که فرد از رعایت عدالت و انصاف در سازمان دارد. کارکنان دوست دارند که سازمان در عمل و اجرای سیاست های مربوط به حقوق، پاداش و ارتقای آنان عدل و انصاف را رعایت کند. سیاست ارتقای سازمان باعث می شود که کارکنان برای رشد و پیشرفت فرصت هایی را بدست آورند، مسئولیت های بیشتری را بپذیرند و به درجات عالی تر اجتماعی برسند. (الوانی، ۱۳۹۶)

۳-۳-۳- شرایط مناسب کاری

فضا و تسهیلات کاری مناسب، برانگیزه و شوق وعلاقمندی در کار تاثیر دارند نتایج تحقیقات نشان می دهد که کارکنان محیطی را ترجیح می دهند که خالی از خطر و بدون ناراحتی باشد. بنابراین، مقدار نور، سرو صدا و سایر عوامل محیطی، نباید کم یا زیاد باشند. از نظر رفت و آمد هم می بایست شرایط مناسب برای کارکنان مهیا شود تا دغدغه خاطر از این موضوع نداشته باشد.

۴-۳-۲- همکاران مساعد

از نظر بیشتر کارکنان، محیط کار باید نیازهای اجتماعی فرد را تامین کند. داشتن همکاران صمیمی و یکدل، موجب افزایش رضایت شغلی می شود. نتیجه تحقیقات در این خصوص نشان می دهد که اگر رئیس واحد (از نظر کارکنان) صمیمی باشد، افراد را درک کند، به عملکرد خوب پاداش دهد، به نظرها و دیدگاه های کارکنان احترام بگذارد و در نهایت به افراد توجه کند، رضایت شغلی افزایش می یابد.

۵-۳-۲- تناسب شغل با ویژگی های فردی

وجود تناسب بین شخصیت و شغل، موجب افزایش رضایت شغلی فرد می شود. بنابراین، لازم است که شایستگی و مهارت کارکنان در حرفه ای که به آن ها واگذار می شود، در نظر گرفته شود. مطالعات در این خصوص نشان می دهد که افراد از نظر

شخصیت متناسب با شغل و حرفه خود باشند، متوجه خواهند شد که برای انجام وظیفه ای که به آن ها محول شده از استعداد ها و توانایی های لازم برخوردارند و از این رو، موفق تر خواهند بود. از طرف دیگر، همین موفقیت موجب رضایت شغلی آنان خواهد شد (رحیمی، ۱۳۹۷، صص ۵۵ - ۵۴).

۶-۳-۲- ابزار های اندازه گیری شغلی

رضایت شغلی نگرشی است که افراد درباره ی شغل خود دارند که نشأت گرفته از ادراک افراد از شغل شان است. تعداد زیادی از سازمان ها برای تعیین سطوح رضایت شغلی افراد از نگرش سنجی استفاده می کنند. یکی از ابزارهای معتبر برای سنجش رضایت شغلی، شاخص توصیفی شغل (JDI)^۱ رضایت شغلی ناشی از جنبه های مختلف شغل همچون پرداخت^۲، فرصت های ترفیع^۳، سرپرست، همکاران^۴ و عوامل محیط کاری همچون سبک سرپرستان، خط مشی ها و رویه ها، تعلق گروه کاری، شرایط کاری، و مزایای شغلی است. در مدل JDI پنج عامل به عنوان ابعاد رضایت شغلی مطرحند که عبارتند از: (دارایی، نصیری و مولایی، ۱۳۹۶).

۱. پرداخت: میزان حقوق دریافتی و انصاف و برابری در پرداخت.
۲. شغل: حدی که وظایف شغلی، فرصت را برای آموزش و پذیرش مسئولیت فراهم می آورد.
۳. فرصتهای ارتقاء: قابلیت دسترسی به فرصت ها برای پیشرفت.
۴. سرپرست: توانایی های سرپرست برای نشان دادن علاقه و توجه به کارکنان.
۵. همکاران: حدی که همکاران، دوستانه، شایسته و حمایتی هستند (حسن زاده، ۱۳۹۸، صص ۳۲۸ - ۳۲۷).

۴-۲- مبانی نظری مدیریت دانش

انسان تاکنون دو دوره اقتصادی را پشت سر گذاشته است. زمانی اقتصاد بشری مبتنی بر کشاورزی بود پس از آن با ابزارگرایی و آشنایی با اعجازی که علوم مکانیک و سپس برق ایجاد نمود، دوره اقتصاد صنعتی پایه گذاری شد. در این دوره ها زمین و کار به عنوان اصلی ترین عناصر و سرمایه های آدمی تلقی می شدند. "توانگر" نیز به کسی اطلاق می گردید که بیشترین بهره مندی را از این دو نوع دارایی داشت. اما عصری که در آن زندگی می کنیم، بدون تردید در هیچ کدام از دو عصر کشاورزی و صنعتی نمی گنجد. اگر چه کماکان زمین و کار دو مزیت مناسب در برتری جویی ها محسوب می شوند، اما در عصر کنونی، که به عصر "اطلاعات و دانش" موسوم شده است، مزیت اصلی در "سرمایه دانشی" نهفته است. هم اکنون بزرگترین شرکت های دنیا، برتری اصلی خود را نه در دارایی های انباشته ناشی از کارخانجات و حتی بازار بزرگ، بلکه در "دانش در جریان فرآیندهای خود" کسب نموده اند. از جمله: ارج نهادن به فضایل و توانایی های انسان در محیط کار و برخورد با مشکلات کاری، افزایش حس تعلق سازمانی در کارکنان، همسو کردن اهداف کارکنان با اهداف سازمان، اشاعه فرهنگ مشارکتی و همکاری جمعی در حل مشکلات و بهبود روابط کاری و رفتار سازمانی. لازم به ذکر است محدوده عمل کارکنان در ارائه پیشنهاد موضوعات متنوعی نظیر موارد مندرج در ذیل می تواند باشد:

^۱ . Job Descriptive Index (JDI)

^۲ . Pay

^۳ . Promotion opportunities

^۴ . Co-workers

بهبود روش های انجام کار؛

بهبود ایمنی کار؛

صرفه جویی در منابع مواد و انرژی؛ و آموزش (الوانی، ۱۳۹۶: ۷).

دانش یک ادراک و فهم است که از طریق تجربه، استدلال، درک مستقیم و یادگیری حاصل می شود. زمانی که افراد دانش خود را به اشتراک می گذارند، دانش هریک افزایش می یابد و از ترکیب دانش یک فرد با افراد دیگر، دانش جدید حاصل می شود. (تامس اچ. داونپورت و لارنس پروساک، ۱۳۷۹) برخی دانش را صرفاً اطلاعات می دانند. در نظر این افراد، دانش، ارزیابی ما از دنیای واقعی است. مثلاً اینکه سرمایه شرکت های رقیب ما چقدر است؟ یا استراتژی های اتخاذ شده توسط آنها را جزو دانش به شمار می آورند. برخی دیگر، دانش را تنها محدود به مهارتها و تخصص های کاربردی می دانند. درنظر اینها، مهارت تراشکار و یا مهارت تدریس یک استاد دانشگاه، مصادیق واقعی دانش هستند. اما واقع امر این است که همه این موارد، مصادیقی از دانش هستند. به طور خلاصه، هر رگونه اطلاعات پردازش شده که در جهت تحقق اهداف سازمان ما مفید باشد، دانش به حساب می آید. (الوانی، ۱۳۹۶: ۸)

مدیریت دانش می تواند به عنوان آن بخش از فرایند مدیریت تعریف شود که بر تحلیل نظام مند، برنامه ریزی، انباشت، خلق، توسعه، ذخیره سازی، و کاربرد دانش شرکت تمرکز دارد و می کوشد تا حد زیادی سرمایه انسانی را به سرمایه ساختاری به منظور ایجاد مزیت رقابتی تبدیل و به تحقق اهداف اصلی دیگر به طرز مقتضی کمک کند. همچنین، مدیریت دانش به عنوان یک فعالیت میان وظیفه ای، از اجزای شایستگی مدیریت (استراتژیک) ارشد یک شرکت است و باید باشد (کاتر، ۱۳۹۹: ۴۱)

امروزه بسیاری از مدیران، دانش را به عنوان یک سرمایه راهبردی برای سازمان خود به رسمیت می شناسند و به زعم غالب مدیران سازمان های موفق دنیا، دانش سازمانی مهم ترین سرمایه شرکت های سده بیست و یکم محسوب می شود. سازمان ها در صورتی می توانند از دانش به عنوان یک سرمایه و دارایی ارزشمند در جهت دستیابی به مزیت رقابتی پایدار استفاده کنند که بتوانند دانش استراتژیک خود را به خوبی شناسایی کنند و از عهده اهرم سازی آن برای پشتیبانی استراتژی های رقابتی سازمان برآیند. در این راستا به تازگی مفهوم "استراتژی دانش" در ادبیات مدیریت دانش مطرح شده و به دنبال تبیین این موضوع می باشد که خلاءهای دانشی سازمان کدامند و چگونه دانش موجود در سازمان می تواند به یک منبع راهبردی برای سازمان در جهت دستیابی به مزیت رقابتی پایدار تبدیل شود (رضائیان، ۱۳۹۸: ۱۲۵).

از دیدگاه سنگه و اسکارمر^۲ (۲۰۰۴) عدم تسهیم و به کارگیری مجدد دانش تولید شده در تجربیات و سرمایه های فکری و دانشی موجود در صنعت نفت، در حقیقت هدر دادن هزینه ها و نشان دهنده ی عدم بهره وری در این صنعت می باشد. مدل های مدیریت دانش، درچنین فضایی و با هدف تأثیر گذاری بر شناسایی، خلق، ذخیره سازی، بازیابی، تسهیم و به کارگیری دانش مورد نیاز در سازمان به وجود آمدند. فراگرد مدیریت دانش به سازمان ها کمک می کند تا مأموریت خود را به خوبی انجام داده و به چشم انداز و اهداف خود دست پیدا کنند. امروزه خلق و به کارگیری دانش برای رقابت گرایی و حیات سازمان ها و صنایع ضروری شناخته شده است. دانش نمی تواند به سادگی دیگر منابع، ذخیره و یا تصاحب شود؛ و نمی تواند به سادگی آنها، به طور سیستماتیک مدیریت و به کار گرفته شود. تا کنون در اغلب سازمان های کشور از جمله بخش های مختلف صنعت نفت، فناوری اطلاعات بیشترین سهم را در مدیریت دانش داشته، به طوری که در پشت تمامی فعالیت

^۱ -kater

^۲ -senge and scharmer

های مدیریت دانش، فناوری اطلاعات نهفته بوده است. لیکن باید توجه داشت که فناوری پردازش اطلاعات تنها مولفه مدیریت دانش نیست و تحول در فرایندهای تصمیم‌گیری، ساختار سازمانی و نحوه انجام امور از دیگر اجزای این مدیریت محسوب می‌شود. سازماندهی براساس دانش می‌تواند اساساً متفاوت با سازماندهی براساس مزیت‌های رقابتی سنتی باشد. بسیاری از شرکت‌ها به این نتیجه رسیده‌اند که برای عملکرد مؤثر در اقتصاد امروز، تبدیل شدن به یک سازمان دانش‌محور ضروری است. اما اندکی از آن‌ها به درستی می‌دانند که دانش‌محور شدن به چه معناست و یا چگونه می‌توان تغییرات لازم برای دانش‌محور شدن را انجام داد. احتمالاً شایع‌ترین تعبیر نادرست این است که هرچه دانش بیشتری در محصولات یا خدمات یک شرکت وجود داشته باشد، سازمان دانش‌محورتر خواهد بود. بنابراین به عنوان مثال یک مؤسسه‌ی پژوهشی و یا یک شرکت مشاوره که محصول آن‌ها تماماً دانش است، در صدر زنجیره‌ی سازمان‌های دانش‌محور قرار می‌گیرند و شرکت‌هایی که به خرید و فروش کالاهای فیزیکی ساده مانند سیمان می‌پردازند، در انتهای زنجیره قرار می‌گیرند. این فرض هم برای کسب و کارهای صنعتی که معتقدند نمی‌توانند تغییر کنند و هم برای کسب و کارهای دانشی که معتقدند نیازی به تغییر نحوه‌ی عملکرد ندارند، خطرناک است. به طور خلاصه تمرکز بر محصولات و خدمات به‌عنوان وسیله‌ای برای طبقه‌بندی یا تعریف سازمان‌های دانش‌محور، منجر به ارائه‌ی یک تصویر تحریف شده از سازمان دانش‌محور می‌گردد. محصولات و خدمات، تنها، چیزهایی هستند که برای مشتریان قابل مشاهده و ملموس هستند؛ آن‌ها در نوک کوه یخ قرار دارند. (رحیمی، ۱۳۹۷)

۱-۴-۲- علل پیدایش مدیریت دانش:

- ۱- دگرگونی مدل کسب و کار صنعتی که سرمایه‌های یک سازمان اساساً سرمایه‌های قابل لمس و مالی بودند (امکانات تولید، ماشین، زمین و غیره) به سمت سازمانهایی که دارایی اصلی آنها غیرقابل لمس بوده و با دانش، خبرگی، توانایی و مدیریت برای خلاق سازی کارکنان آنها گره خورده است.
- ۲- افزایش فوق العاده حجم اطلاعات، ذخیره الکترونیکی آن و افزایش دسترسی به اطلاعات به طور کلی ارزش دانش را افزوده است؛ زیرا فقط از طریق دانش است که این اطلاعات ارزش پیدا می‌کند، دانش همچنین ارزش بالایی پیدا می‌کند. زیرا به اقدام نزدیک تر است. اطلاعات به خودی خود تصمیم ایجاد نمی‌کند، بلکه تبدیل اطلاعات به دانش مبتنی بر انسان‌ها است که به تصمیم و بنابراین به اقدام می‌انجامد.
- ۳- تغییر هرم سنی جمعیت و ویژگیهای جمعیت شناختی که فقط در منابع کمی به آن اشاره شده است. بسیاری از سازمانها دریافته‌اند که حجم زیادی از دانش مهم آنها در آستانه بازنشستگی است. این آگاهی فزاینده وجود دارد که اگر اندازه گیری و اقدام مناسب انجام نشود، قسمت عمده این دانش و خبرگی حیاتی به سادگی از سازمان خارج می‌شود.
- ۴- تخصصی تر شدن فعالیتها نیز ممکن است خطر از دست رفتن دانش سازمانی و خبرگی به واسطه انتقال یا اخراج کارکنان را به همراه داشته باشد. در بدو امر به مدیریت دانش فقط از بعد فن آوری نگاه می‌شد و آن را یک فناوری می‌پنداشتند. اما به تدریج سازمانها دریافتند که برای استفاده واقعی از مهارت کارکنان، چیزی ماورای مدیریت اطلاعات مورد نیاز است. انسانها در مقابل بعد فناوری و الکترونیکی، در مرکز توسعه، اجرا و موفقیت مدیریت دانش قرار می‌گیرند و همین عامل انسانی وجه تمایز مدیریت دانش از مفاهیم مشابهی چون مدیریت اطلاعات است (زارعی محمودآبادی، ۱۳۹۸: ۵۴).

۲-۴-۲- راهبردهای مدیریت دانش

مدیریت کلان جهت کارآمدی زیرسیستم‌های خود می‌بایست ماهیت، اصول و ابعاد مدیریت دانش را بشناسد. راهبردهایی که ماهیت و توانایی متفاوت مدیران را منعکس می‌نماید عبارتند از:

۱- راهبرد دانش بعنوان راهبرد کسب و کار که روشی جامع و با وسعت سازمانی برای مدیریت دانش است، که بیشتر بعنوان یک محصول در نظر گرفته می‌شود.

۲- راهبرد مدیریت سرمایه‌های فکری که بر بکارگیری و ارتقای سرمایه‌هایی که از قبل در سازمان وجود دارند، تاکید دارد.

۳- راهبرد مسئولیت برای سرمایه دانش فردی که از کارکنان حمایت و آنها را ترغیب می‌کند تا مهارت‌ها و دانش خود را توسعه دهند و دانش خود را با یکدیگر درمیان گذارند.

۴- راهبرد خلق دانش که بر نوآوری و آفرینش دانش جدید از طریق واحدهای تحقیق و توسعه تاکید می‌کند.

۵- راهبرد انتقال دانش که بعنوان بهترین فعالیت در بهبود کیفیت امور و کارایی سازمان مورد توجه قرار گرفته‌است.

۶- راهبرد دانش مشتری- محور که با هدف درک ارباب رجوع و نیازهای آنها بکار گرفته می‌شود تا خواسته آنها به دقت فراهم شود. (دارابی، نصیری و مولایی ایلدوله، ۱۳۹۶: ۱۷۸)

مایکل زک پس از کار کردن با بیش از ۳۰ شرکت، یک سازمان دانش‌محور را متشکل از چهار ویژگی می‌داند که به طور خلاصه عبارتند از: فرآیند، مکان، هدف و چشم‌انداز.

فرآیند به فعالیت‌های درون یک سازمان اطلاق می‌شود که برخی از آنها مرتبط با تولید یک محصول یا فروش یک خدمت هستند و مابقی فعالیت‌های فرعی اما با اهمیت یکسان هستند. بسیاری از سازمان‌ها عمدتاً به فعالیت‌های محسوس و قابل مشاهده که به طور روزانه انجام می‌دهند، متمرکز هستند. اما یک سازمان دانش‌محور به دو فرآیند مرتبط که در زیر این فرآیندهای مستقیم قرار دارند نیز می‌پردازد. این دو فرآیند عبارتند از: کاربرد مؤثر دانش موجود و خلق دانش جدید. اهداف این فرایندها عبارتند از: اطمینان از اینکه دانش از یک بخش سازمان در فعالیت‌های سایر بخش‌ها نیز به کار می‌رود؛ اطمینان از اشتراک‌گذاری دانش در طی زمان به منظور بهره‌مندی شرکت از تجارب گذشته؛ ایجاد نمودن امکان یافتن یکدیگر برای کارکنان در بخش‌های گوناگون جهت همکاری در ایجاد دانش جدید؛ و ایجاد فرصت و مشوق برای آموختن و یادگیری (حسین قلی زاده، ۱۳۸۳: ۱۴).

"مکان" به مرزهای سازمان اطلاق می‌شود که به منظور اشتراک‌گذاری و ایجاد دانش اغلب فراتر از مرزهای قانونی سنتی می‌رود. ایجاد و اشتراک‌گذاری دانش در اقتصاد امروز محدود به مرزهای فیزیکی سنتی و محدودیت‌های قانونی شرکت نیست. امروزه شرکت‌ها به طور فزاینده‌ای به این تشخیص رسیده‌اند که دانش اغلب به عنوان یک محصول جانبی در تعاملات روزانه با مشتریان، فروشندگان، شرکا و حتی رقبا، تولید و به اشتراک گذاشته می‌شود. بنابراین سازمان دانش‌محور مجموعه‌ای از افراد و منابع حمایت‌کننده هستند که از طریق ارتباطات مستمر، دانش را خلق کرده و به کار می‌برند. اینگونه سازمان‌ها مرزی نامشخص، قابل انعطاف و پویا دارند. سازمان دانش‌محور، دانش را در هرکجا که باشد جستجو کرده و به همکاری با هرکسی که بتواند به یادگیری آنچه سازمان نیاز دارد کمک نماید، می‌پردازد. گاهی اوقات سازمان یادگیرنده نگرانی درباره‌ی اینکه چه کسی برای چه کسی کار می‌کند را خاتمه داده و در عوض بر این مسئله تمرکز می‌کند که چه کسی نیاز دارد با چه کسی کار کند. (جهان‌داری، ۱۳۹۹)

"هدف" به مأموریت و استراتژی سازمان - اینکه قصد دارد به مشتریان خود چگونه نفع برساند- اطلاق می‌شود. حتی یک مجموعه‌ی بسیار مؤثر از فرایندهای مدیریت دانش نمی‌تواند تضمین کند که یک سازمان عملکرد خوب و یا بهتر از رقبایش

خواهد داشت. شرکت‌های موفق در طی زمان آن‌هایی هستند که فرآیندهای مدیریت دانش خود را با استراتژی‌های خود تنظیم می‌کنند. سازمان دانش‌محور تشخیص می‌دهد که دانش یک منبع استراتژیک کلیدی است و از خود می‌پرسد: چه چیزی لازم است بدانیم تا بتوانیم استراتژی مورد نظر خود را تدوین و اجرا کنیم؟ چه می‌دانیم؟ رقبای ما چه می‌دانند؟ شکاف بین آنچه یک سازمان می‌داند و آنچه نیاز دارد بداند، توجه را به درون سازمان جلب می‌کند؛ همانگونه که نقاط قوت و ضعف تحلیل SWOT این کار را انجام می‌دهد. شکاف بین آنچه سازمان می‌داند و آنچه رقبایش می‌دانند، توجه را به خارج سازمان و به فرصت‌ها و تهدیدها جلب می‌کند. شرکت‌ها باید تلاش نمایند تا این دو شکاف دانشی داخلی و خارجی را هرچه سریع‌تر و مؤثرتر از رقبایشان پر کنند (گزنی، ۱۳۹۶: ۸۹).

"چشم‌انداز" به جهان‌بینی و فرهنگی اطلاق می‌شود که تصمیمات و فعالیت‌های یک سازمان را تحت تأثیر قرار داده و محدود می‌سازد. یک سازمان دانش‌محور بدون توجه به محسوس بودن یا نبودن محصولاتش، تصویری دانش‌محور از خود دارد. بدین معنا که دانش را در تمامی ابعاد عملکرد خود لحاظ نموده و با هر فعالیتی به‌عنوان یک فعالیت بالقوه‌ی بهبود دهنده‌ی دانش رفتار می‌کند. سازمان دانش‌محور از دانش و یادگیری به‌عنوان معیار اولیه‌ی ارزیابی روش سازماندهی، محصول تولیدی، موقعیت سازمان، استخدام افراد، روش ارتباط با مشتری، تصویر سازمان و ماهیت رقابت استفاده می‌کند. هریک از این عناصر مبنایی برای ارزیابی میزان لاینفک بودن دانش در سازمان و شکل رقابت آن به دست می‌دهد. مدیرانی که چگونگی تعامل این چهار عنصر را درک می‌کنند قادر خواهند بود به آغاز تغییر در شرکت خود بپردازند و از دارایی‌های فکر پنهان در زیر سطح سازمان خود بهره ببرند (حسن زاده، ۱۳۹۸، ۵۴).

۳-۴-۲- الگوهای استراتژی مدیریت دانش از دیدگاه گرای و همکاران (۲۰۲۴)

۱- استراتژی اجتماعی سازی (پنهان به پنهان): در این استراتژی دانش پنهان انتقال می‌یابد و مجدداً به دانش پنهان تبدیل می‌گردد. در استراتژی اجتماعی سازی، افراد تجارب و مدل‌های ذهنی خود را جهت بهبود دانش، با دیگران به اشتراک می‌گذارند. این فرایند شامل دستیابی افراد به درک متقابل از طریق تعاملات اجتماعی چهره به چهره، تسهیم دیدگاه‌ها، هم‌اندیشی، تعاملات حمایت‌گری و غیره می‌باشد. برای مثال می‌توان به روابط پیشرفته همکاران، آموزش ضمن کار، روش آزمون و خطا، تقلید از دیگران، جلسات طوفان مغزی، تمرین و آموزش، تبادل عقاید، گفتگوی بسیار، اقدامات تشویقی از جمله روز دانش و کافه دانش و... اشاره نمود. (حسین قلی زاده، ۱۳۸۳)

۲- استراتژی برونی سازی (پنهان به آشکار): در این نوع استراتژی، دانش پنهان از طریق فرایند برونی سازی به دانش آشکار تبدیل می‌گردد. این فرایند به افراد اجازه می‌دهد که به صورت انفرادی مفاهیم دانش ضمنی را تدوین نموده و با دیگران به اشتراک بگذارند و دانش جدید به وجود آورند. به عبارت دیگر، دانش شخصی یا ضمنی، به صورت استعاره‌ها، تشبیه‌ها، فرضیات و مدل‌ها به دانش صریح تبدیل می‌شود. شخص، زمانی که از تبادلات و توجهات جمعی جهت این فرایند طراحی استفاده می‌کند، اغلب به برونی کردن اقدام می‌کند. در این استراتژی اصول مدیریت محتوا به منظور آرشو کردن، به روزآوری و بازیابی دانش آشکار شده مورد نیاز خواهند بود. نوناکا و تاکاشی از برونی کردن به عنوان فرایندی کلیدی در تبدیل دانش یاد می‌کند. زیرا در اینجاست که دانش ضمنی تجدید می‌شود و طراحی‌های آشکار ظهور می‌کند. (جهانداری، ۱۳۹۹)

۳- استراتژی ترکیب سازی (آشکار به آشکار): در استراتژی ترکیب سازی دانش تجزیه شده موجود، به اشتراک گذاشته شده و ترکیب و تفسیر می‌گردد. در این حالت دانش صریح به دانش صریح پیچیده تری تبدیل می‌شود، به عبارت دیگر، عقاید در

این مرحله با یک سیستم دانش (مانند پایگاه داده) ترکیب می شوند. افراد به تبادل دانش می پردازند و این دانش از طریق مستندات، جلسات، مکالمات تلفنی و تبادل اطلاعات از طریق فناوری ها و ابزارهایی مانند شبکه های کامپیوتری ترکیب می شوند. دانش جدید نیز می تواند از طریق ساختاردهی مجدد اطلاعات کنونی به وسیله ذخیره سازی، افزودن، ترکیب و طبقه بندی دانش صریح ایجاد می شود. ترکیب، نوعی از ایجاد دانش است که در مقوله آموزش و تحصیلات گنجانده می شود. نمونه هایی از استراتژی ترکیب سازی، سیستم های دانش و اطلاعات، تهیه گزارشات مروری، تحلیل روند و خلاصه مدیریتی می باشند. (حسن زاده، ۱۳۹۸)

۴- استراتژی درونی سازی (آشکار به پنهان): استراتژی درونی سازی شیوه ای است که دانش آشکار از طریق تفسیر دانش، درونی می شود و به دانش ضمنی تبدیل می گردد. این امر می تواند از طریق یادگیری حین عمل صورت بگیرد و دانش مستند سازی شده، نقش حیاتی را در این فرایند بازی می کند. درونی سازی زمانی رخ می دهد که کارگران جدید دانش، یک پروژه را با مطالعه بایگانی های آن، احیاء کنند. همچنین درونی سازی را زمانی می توان مشاهده کرد که مدیران یا خبرگان با تجربه سخنرانی کنند و یا نویسندگان تصمیم به نوشتن بیوگرافی از یک کار آفرین یا موسسه داشته باشند. به محض درونی شدن، دانش های جدید مورد استفاده کارکنانی قرار می گیرد که آن را در پایگاه دانش پنهان موجود خود توسعه داده و سازماندهی مجدد کرده اند (گرای و همکاران، ۲۰۱۸: ۲۰۱).

در مجموع با توجه به مطالعات مشابه انجام شده در حوزه استراتژی های مدیریت دانش و تجربیات شرکت های پیشرو در دنیا، به نظر می رسد بهترین حالت برای انتخاب استراتژی مدیریت دانش بر اساس نظریه نوناکا و تاکاشی، سرمایه گذاری بر روی یک یا دو استراتژی مدیریت دانش به عنوان استراتژی های اصلی و به کارگیری بقیه استراتژی ها به عنوان استراتژی های پشتیبان می باشد. (گرای و همکاران، ۲۰۱۸: ۲۰۱).

۴-۴-۲- تعاریف و دیدگاههای صاحب نظران در حوزه مدیریت دانش

از دیدگاه مک درموت و همکاران^۱ (۲۰۲۴)، استراتژی دانش، روش ویژه ای است برای بهینه سازی خلق و تبدیل دانش به مزیت رقابتی در سازمان. از دیدگاه زاک^۲ (۲۰۲۴)، استراتژی دانش برای پرکردن شکاف بین دانش موجود و دانش مورد نیاز تدوین می شود. هدف استراتژی دانش پاسخگویی به سوالات استراتژیک می باشد که بر هوشمندی رقابتی و سیستم های بازبایی دانش داخلی تاکید دارد. از دیدگاه کروگر^۳ (۲۰۲۲)، به محض اینکه دانش کافی در دسترس باشد، استراتژیست ها می توانند ترکیب هماهنگی را بین نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت ها و تهدیدات سازمان به وجود آورند. به طور کلی انجام هر تلاشی در زمینه مدیریت دانش، باید بخشی از یک مجموعه فرایند تدوین استراتژی کسب و کار سازمان باشد و باید در راستای جهت گیری های آتی سازمان و اهداف سازمان حرکت کند. بیرلی و چارکربارتی معتقد بودند که عموماً مدیران تصمیمات استراتژیک خود را در خصوص استراتژی دانش بر اساس عواملی از قبیل سرعت یادگیری، عمق دانش مورد نیاز، نوع یادگیری سازمانی (درونی یا بیرونی - تدریجی یا بنیادی) اتخاذ می کنند (دارابی، نصیری و مولایی، ۱۳۹۶: ۴۴).

^۱ -mc dermott consulting firm

^۲ - Zack

^۳ -kerouger

از دیدگاه چاپن و اتال^۱ (۲۰۰۴)، استراتژی دانش هر سازمانی بایستی با استراتژی رقابتی سازمان همسو باشد. لذا جهت تعیین استراتژی دانش در ابتدا بایستی جهت گیری استراتژیک سازمان در کسب و کار مشخص شود و سپس دانش مورد نیاز جهت همسویی و پشتیبانی از استراتژی رقابتی سازمان، در قالب استراتژی دانش تعیین و ارائه شود. از دهه ۱۹۷۰ میلادی با پیشرفت سریع فناوری های برتر در جهان، به ویژه در زمینه های ارتباطات و رایانه، الگوی رشد اقتصادی جهان به طور اساسی تغییر کرد و به دنبال آن، از دهه ۱۹۹۰ میلادی دانش به عنوان مهم ترین سرمایه جایگزین سرمایه های پولی و فیزیکی شد. (الوانی و دانایی فرد، ۱۳۹۸)

در اقتصاد صنعتی، سازمان ها قادر به حفظ موقعیت رقابتی قوی خود برای سال ها بودند. آنها، ارزش را از طریق فرایند بهینه سازی (یا صرفه جویی) خلق یا حداکثر می کردند. سازمان هایی با عملکرد خوب، فرایند تولیدشان را از طریق کاهش زمان تولید، بهبود کیفیت محصول، و کاهش تعداد کارکنان، بهینه سازی می کردند. بنابراین، خلق ارزش بیشتر به قابلیت صنعتی و بودجه بندی سرمایه ای- دارایی های ملموس و مالی بستگی داشت. این در حالی است که در اقتصاد دانش محور این رویکرد به چند دلیل، دیگر عملی نیست. اول اینکه، با توجه به طول عمر کم دانش و میزان بالای نوآوری، حفظ موقعیت رقابتی برای مدت طولانی دیگر امکان ندارد (الوانی و دانایی فرد، ۱۳۹۸). بهینه سازی به مثابه یک فرایند، در اقتصاد دانش محور نیز اهمیت دارد، اما به تنهایی نمی تواند ارزش را خلق یا حداکثر کند. تنها روش خلق ارزش در اقتصاد دانش محور، پذیرش نوآوری به عنوان یک فرایند کسب و کار است. توانایی سازمان برای خلق ارزش به فرایند نوآوری، منابع فکری، و خلاقیت منابع انسانی (دارایی های فکری) آن بستگی دارد. سازمان هایی که در عرصه کسب و کار صرفاً بر اساس مزیت های مشهود سازمانی مثل پول، ماشین آلات و تجهیزات و غیره عمل می کنند نمی توانند به مزیت رقابتی در اقتصاد مبتنی بر دانش دست یابند. حال آنکه محیط کسب و کار مبتنی بر دانش، نیازمند روش و نظامی است که دارایی های ناملموس سازمانی از قبیل دانش و شایستگی های افراد، نوآوری، ارتباط با مشتری، فرهنگ سازمانی، سیستم ها و فرایندها، ساختار سازمانی و غیره را در برگیرد. درک و بهره برداری از این منابع ناملموس حیاتی در سازمانها به حفظ و کسب مزیت رقابتی آنها کمک می کند. در اقتصاد مبتنی بر دانش موفق ترین سازمان ها از داراییهای ناملموس به نحو بهتر و سریع تری استفاده می کنند. مطالعات نشان داده اند که بر خلاف کاهش بازدهی منابع سنتی (مثل پول، زمین، ماشین آلات وغیره)، داراییهای ناملموس سازمانی واقعاً منبعی برای افزایش عملکرد کسب و کار است. نکته درخور توجه اینکه بازار به مدت طولانی ارزش دانش و عوامل نامشهود دیگر را در فرایند ایجاد ارزش تشخیص داده است. اندازه این "ارزش های پنهان" به طور روز افزونی در حال تغییر است (الوانی، ۱۳۹۶: ۲۰).

رابطه ۲: مدیریت دانش، شامل همه روش هایی است که سازمان، دارایی های دانشی خود را اداره می کند که شامل چگونگی جمع آوری، ذخیره سازی، انتقال، بکارگیری، به روز سازی و ایجاد دانش است.

لاری پروساک^۳: مدیریت دانش، تلاشی برای آشکار کردن دارایی پنهان در ذهن اعضا و تبدیل این دارایی به دارایی سازمانی است تا همه کارکنان سازمان به آن دسترسی داشته باشند.

تام داونپورت^۱: مدیریت دانش، عملیات کشف، سازماندهی و خلاصه کردن دارایی اطلاعات است؛ به شکلی که معلومات کارکنان را بهبود بخشد.

^۱- chapon-et al

^۲ Rubritz

^۳ Larry Prusak

هوبرت سنت آنگو^۲: مدیریت دانش عبارت است از ایجاد ارزش از دارایی های پنهان شرکت. زمانی این هدف تأمین می شود که بتوانیم توانایی های سازمانی و فردی را به گونه ای پرورش دهیم که در ایجاد، تبادل و گردآوری دانش، توانا باشند. این امر مستلزم آن است که برای افراد بشر، ارزشی بالا قائل شویم.

دانشکده مدیریت تگزاس، مدیریت دانش را این گونه تعریف می کند: مدیریت دانش، فرایند سیستماتیک و نظام مند کشف، انتخاب، سازماندهی، تلخیص و ارائه اطلاعات است؛ به گونه ای که شناخت افراد را در حوزه مورد علاقه اش بهبود می بخشد. مدیریت دانش به سازمان کمک می کند تا از تجارب خود، شناخت و بینش بدست آورد و فعالیت خود را بر کسب، ذخیره سازی و استفاده از دانش متمرکز کند تا بتواند در حل مشکلات، آموزش پویا، برنامه ریزی راهبردی و تصمیم گیری از این دانش بهره گیرد. مدیریت دانش نه تنها از زوال دارایی های فکری و مغزی جلوگیری می کند، بلکه به طور مداوم بر این ثروت می افزاید.

ویکی پدیا^۳: مدیریت دانش فرآیندی است که به سازمان ها کمک می کند تا اطلاعات و مهارت های مهم را که به عنوان حافظه سازمانی محسوب می شود و به طور معمول به صورت سازماندهی نشده وجود دارند، شناسایی، انتخاب، سازماندهی و منتشر نمایند. این امر مدیریت سازمان ها را برای حل مسائل یادگیری، برنامه ریزی راهبردی و تصمیم گیری های پویا به صورت کارا و موثر قادر می سازد. (صمدپورجاوید، ۱۴۰۰)

۵-۴-۲-انواع استراتژی های مدیریت دانش

۱-۵-۴-۲-استراتژی های مدیریت دانش نوناکا و تاکاشی (۲۰۰۶ میلادی)

نوناکا و تاکاشی^۴ (۲۰۰۶)، بیان می کنند که برای اولین بار پولانی (۲۰۰۰) در تحقیقات خود به طور تلویحی دانش را به دو دسته آشکار و پنهان تقسیم کرده است. بر همین اساس آنها بیان می کنند که دانش آشکار (صریح) می تواند در قالب واژگان و اعداد بیان و به شکل داده ها، فرمول، مشخصات، دستورالعمل ها و نظایر آن تسهیم شود. این نوع دانش می تواند به آسانی کدگذاری شود و به سادگی بین افراد به طور رسمی و نظام مند منتقل شود. از طرف دیگر دانش پنهان (ضمنی) در ذهن افراد موجود است و به طور عمیق در اقدامات، تجارب، ارزش ها و مطلوب های افراد می باشد. مدل های ذهنی، شهود و تصورات در این حوزه از دانش قرار می گیرند. (فتاحی، ۱۴۰۰)

نوناکا و تاکاشی (۲۰۰۶) چهار نوع استراتژی خلق و تبدیل دانش های صریح و ضمنی در سازمان ها را ارائه نموده اند که عبارتند از: ۱- اجتماعی سازی، ۲- برونی سازی، ۳- ترکیب سازی و ۴- درونی سازی. گری و همکارانش^۵ (۲۰۲۲) در مطالعات خود این چهار نوع استراتژی را بر اساس نظریه نوناکا و تاکاشی به صورت شماتیک و با ذکر جزئیات نشان داده اند. (فوداجی، ۱۳۹۹)

1 Tom Davenport

2 hobert santiago

3 Wikipedia

4 - Nonaka & Takeuchi

5 - Gary & et al

۲-۵-۴-۲- استراتژی های مدیریت دانش از دیدگاه بات^۱

استراتژی (۱): در استراتژی شماره یک، چالش اصلی مدیریت، قدرت بخشیدن به کارکنان است. از آنجایی که کارکنان با مسائل و مشکلات روزمره مواجه هستند، درک صحیحی از مسائل و موقعیت ها از طریق آموزش به دست می آورند. با وجود این، درجه صلاحیت افراد براساس تجربه شغلی آنها مشخص می شود. همچنین مدیریت باید راهنمایی های گسترده ای را در جهت به کارگیری کارکنان از نظراتشان ارائه کند. هنگامی که کارکنان نسبت به مسئولیت ها و اختیارات خود آگاه شوند، این احتمال وجود دارد که به طور منطقی از نظرات خود استفاده کنند. هدف دیگر مدیریت باید پیگیری آموزش کارکنان درجهت ارتباط بیشتر آنها با وظایف و فرایندهای شغلی روزانه باشد. یعنی علاوه بر آموختن مهارت های تخصصی وظیفه ای، لازم است درجهت درک واقعیت های پنهان تجاری در محیط رقابتی و پویای کنونی آموزش های لازم را فراگیرند. به منظور دریافت بازخورد مناسب از مشتریان می بایست احترام به مشتریان، دقیق و به موقع بودن پاسخ به نیازهای آنها و حساس بودن به تقاضای مشتریان همواره مورد توجه قرار گیرد تا از این رهگذر مدیریت بتواند سطوح صلاحیت کارکنان را مجدداً مورد ارزیابی قرار دهد و بر اساس آن عمل کند. (الوانی و دانایی فرد، ۱۳۹۸)

استراتژی (۲): در استراتژی شماره دو، هدف اصلی مدیریت کردن انگیزش و پرورش مهارت متخصصان است. مدیریت نه تنها بایستی سطوح بالاتری از انتظارات متخصصان را ایجاد نماید، بلکه باید آنها را تحت تشویق و پاداش نیز قرار دهد. روش دیگری که از طریق آن سازمان می تواند از عهده مسئولیت های خود برآید، به کارگیری افراد باهوش و مستعد (خبره) است. از آنجایی که اغلب خبرگان بسیار فعال و از خصایص فردی خاصی برخوردار هستند، لذا همواره درانجام وظایفشان به دنبال آزادی عمل می باشند. برقراری تعادل میان الزامات سازمان و خلاقیت های متخصصان امری حیاتی برای مدیریت محسوب می شود. خبرگان اغلب به دنبال برنامه کاری خود بوده و به محدودیت های رسالت، اهداف و استراتژی های سازمان توجهی نمی کنند و آنها را محدودیتی برای به کارگیری تخصصشان برای سازمان نمی بینند. بنابراین، مدیریت سازمان باید به منظور برقراری تعادل میان نیازهای سازمان (بهره برداری از دانش خبرگان) و تمایلات خبرگان (جستجوی دانش جدید) روش های مناسبی را اتخاذ کنند. مایکروسافت به عنوان یک شرکت نرم افزاری پیشرو، نحوه اداره موثر این معضل را در مدیریت دانش به کار گرفته است. این شرکت نه تنها خبرگان خود را برای ریسک پذیری تشویق می کند، بلکه یک مجموعه راهبردهایی را در زمینه منابع سازمان، برنامه ها، و پروژه هایی که خبرگان آن را ابداع کرده اند، تدوین نموده است. استراتژی (۳): در این استراتژی به کارگیری تیم های خود سازمان یافته و تعاملات اجتماعی که موجب تقویت و غنای دانش پایه سازمانی می شود، مورد توجه قرار می گیرد. تاکید بر روی اطلاعات و تفسیرهای چندگانه علاوه بر ایجاد واقعیت های نوین، موجب احیای تعهدات سازمان در جهت تکمیل مجدد مفاهیم دانش بنیان می شود فرایند تفسیرهای چندگانه دانش بسیار حائز اهمیت است، از آنجایی که به افراد اجازه می دهد سیستم های اعتقادیشان را در ارتباط با دیگران اصلاح، شکل دهی مجدد و اصلاح کنند. سازمان ها در راستای بهبود تعاملات بین کارکنان می توانند گونه های وسیعی از دیدگاه های متفاوت نظیر هم اندیشی، تفکرات دیالکتیک (جدلی) و تجربیات مستمر را مورد استفاده قرار دهند و برای درک واقعیت های بازار لازم است که نسبت به محرک های محیطی حساس شوند که این امر نیز از طریق ایجاد دیدگاه چندگانه در دانش میسر می گردد. به علاوه تفسیرهای چندگانه، سازمان ها را در جهت ارزیابی قابلیت کاربرد و مخاطره پذیری استفاده از نوع خاصی از دانش در موقعیت های گوناگون قادر می سازد. از آنجایی که وظیفه های سازمانی پیچیده نیازمند تجزیه و تحلیل عمیق مسائل است، لذا نقش مدیریت در ایجاد

¹ - Bhatt

یک جو مشارکتی مهم است. با وجود این، اجرای راه حل های گسترده سازمانی مستلزم تعهد کارکنان است. چنانچه دیدگاه ها و نظرات کارکنان در یافتن راه حل های مشکلات سازمانی در نظر گرفته نشود، احتمال آسیب پذیری سازمان از جانب این مشکلات اجرایی وجود دارد. شرکت های اچ. پی. و ۳-ام به لحاظ به کارگیری این نوع استراتژی و ایجاد محیط مشارکتی مشهور شده اند (تنهایی، ۱۳۹۷: ۵۴).

استراتژی (۴): در استراتژی شماره چهار، چالش عمده ی سازمان ها تدوین و کدگذاری قوانین و رویه ها در یک قالب ساده است. برای اینکه کارکنان بتوانند به آسانی آنها را به دست آورده و درک کنند. چنانچه قوانین و رویه ها به وضوح تدوین نشوند، همواره امکان برداشت های شخصی متفاوتی از سوی کارکنان وجود دارد. هنگامی که قوانین و رویه ها واضح باشند از ابهام موجود در درک و تفسیر آنها کاسته می شود. کدگذاری و استاندارد کردن وظایف و برنامه ها ابزارهایی معمول در جهت رفع این ابهام هستند. قوانین و مقررات در سرتاسر چرخه حیات سازمان به یک شکل باقی نمی مانند. همزمان با تغییرات شدید محیط خارجی لازم است که مدیریت قوانین، رویه ها و سیاست های موجود را با دقت مورد بازبینی قرار دهد. چنانچه قوانین، رویه ها و سیاست های موجود با وضعیت جاری واقعیت های تجاری سازگار نباشد، آنگاه مدیریت می بایست در پی جستجو و ابداع قوانین، رویه ها و سیاست های جدیدی باشد. به عبارت دیگر، به منظور هم جهت شدن با واقعیت های در حال تغییر بازبینی و تجدیدنظر در قوانین، رویه ها و سیاست ها به عنوان یکی از مهمترین اهداف شرکت در می آید. تعدادی از ابداعات و ابتکارات بهبود کیفی که چند شرکت عهده دار انجام آن هستند تحت این طبقه بندی قرار می گیرند. (گودرزی، سیدین و حریریزاده، ۱۳۹۴)

جان کندریک^۱ (۲۰۲۱)، اقتصاد دان معروف ایالات متحده، گزارش می دهد که در سال ۲۰۲۰ نسبت سرمایه ناملموس به سرمایه ملموس کسب و کار ۳۰ به ۷۰ درصد بود، درحالی که در سال ۱۹۹۰ این نسبت ۶۳ به ۳۷ درصد شد. برای مثال، در سال ۱۹۸۶ دارایی های خالص شرکت مرک فقط ۱۲/۳ درصد ارزش بازاری آن، در سال ۱۹۹۶ دارایی های کوکاکولا تنها ۴ درصد از ارزش بازاری و دارایی های مایکروسافت ۶ درصد ارزش بازاری آنها را پوشش داده بود (هاروی و همکاران^۲، ۲۰۲۰).

صاحب نظران و نظریه پردازان مدیریت همگی بر این موضوع اتفاق نظر دارند که کسب مزیت رقابتی تنها شاخصی است که برتری سازمانها را نسبت به یکدیگر نشان میدهد که با توجه به شرایط پر تحول و پیچیده فعلی سازمانها می توانند ماندگاری خود را تضمین کنند که محصولات و خدمات بهتری را نسبت به سایر رقبا ارائه کنند و از این طریق به مزیت رقابتی خود بیفزایند و برتری سازمان خود را نسبت به سایر سازمانها نشان دهند. اغلب سازمانهای بزرگ امروز دریافته اند که بخاطر مهارتها و تجارب نیروی انسانی شان موفق خواهند بود و نه بخاطر سیستم های فیزیکی و مکانیکی، و اگر نتوانند سطح علمی و تخصصی نیروهای انسانی در سازمان را بالا ببرند قطعاً از بازار جهانی کنار گذاشته خواهند شد. با توجه به اینکه در سازمانهای خصوصی رقابت حرف اول را میزند مبحث مدیریت دانش به عنوان اصلی ترین فاکتور کسب مزیت رقابتی بیشتر مورد توجه قرار گرفته است ولی در موسسات دولتی با توجه به بی معنا بودن رقابت چندان به موضوع مدیریت دانش توجه نشده است، ولی با توجه به پیشرفت سازمانهای دولتی در سایر کشورها و ارتباطات بین المللی در بین سازمانهای جهان که به نوعی جهانی سازی تجارت و ارتباطات هم به آن گفته می شود باعث می شود تا ناخواسته سازمانهای دولتی در کشور بسوی ایجاد

^۱ - john kendrik

^۲ - Harvey, M. G. & R. F. Lusch

سازمانهای دانش محور روی آورند. تحقیقات دانشگاهی و علمی صورت گرفته بر سازمانهای دولتی که در آنها مدیریت دانش نهادینه شده است نشان دهنده عملکرد موفق و بازدهی بالای آن سازمانها می باشد (رحیمی، ۱۳۹۷: ۵).

۶-۴-۲- مدل های پیاده سازی مدیریت دانش مدل هیسینگ^۱

مدل هیسینگ (۲۰۱۷) از چهار فرآیند زیر تشکیل شده است:

ایجاد دانش: این امر به توانایی یادگیری و ایجاد ارتباط برمی گردد. در این قابلیت، ایجاد ارتباط بین ایده ها و ساختن ارتباط های متقاطع با دیگر موضوعات، از اهمیت کلیدی برخوردار است.

ذخیره دانش: به عنوان دومین عنصر مورد نیاز مدیریت دانش است که از طریق آن، قابلیت ذخیره سازمان یافته ای که امکان جستجوی سریع اطلاعات، دسترسی به اطلاعات برای دیگر کارکنان و تسهیم موثر دانش فراهم می شود، به وجود می آید. در این سیستم باید، دانش های لازم به آسانی برای استفاده همگان ذخیره شود.

نشر دانش: این فرآیند به توسعه یک همکاری جمعی که در آن افراد به عنوان همکاران در جهت دنبال کردن اهداف مشترک، احساس پیوستگی به هم داشته و در فعالیت هایشان به یکدیگر وابسته اند، کمک می کند.

بکار بردن دانش: چهارمین فرآیند، از این ایده آغاز می شود که ایجاد دانش، بیشتر توسط کاربرد عینی دانش جدید میسر است، این عنصر، دایره فرایند مرکزی مدیریت دانش را تکمیل می کند. (تنهایی، ۱۳۹۷)

۳- روش تحقیق

۱-۳- نوع و روش تحقیق

در این پژوهش با توجه به هدف و موضوع پژوهش از روش توصیفی- همبستگی استفاده گردیده است. هدف از تحقیقات توصیفی «توصیف واقعیت ها و ویژگی های یک پدیده یا یک جامعه ی معین به صورتی منظم و دقیق» می باشد.

۲-۳- جامعه آماری

جامعه آماری ما شامل تمامی کارکنان ادارات شهر کازرون می باشد که تعداد آنها ۴۵۰ نفر می باشد.

۳-۳ روش نمونه گیری:

بر اساس روش نمونه گیری در این تحقیق با توجه به نوع جامعه آماری تصادفی طبقاتی است. حجم نمونه نیز با استفاده از فرمول کوکران مشخص شد.

۴-۳ حجم نمونه

برای تعیین حجم نمونه مورد استفاده پژوهشگر از فرمول کوکران استفاده شده است و با توجه به فرمول حجم نمونه ۲۱۰ نفر انتخاب شدند.

$$n_{\max} = \frac{\frac{pqZ^2}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{pqZ^2}{d^2} - 1 \right)}$$

¹ Hicks

۵-۳- ابزار گردآوری اطلاعات

ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه عوامل موثر بر رضایت شغلی کرمی و همکاران (۱۳۹۳) می باشد که شامل ۵۰ سوال می باشد که سوالات ۱ تا ۱۴ مربوط به متغیر رضایت شغلی می باشد و سوالات ۱۵ تا ۵۰ مربوط به عوامل تاثیر گذار بر رضایت شغلی که شامل (مشارکت در تصمیم گیری (سوال ۱۵ تا ۲۰)، توسعه شغل (سوال ۲۱ تا ۲۶)، میزان حقوق و مزایا (سوال ۲۷ تا ۳۲)، غرور سازمانی (۳۳ تا ۳۸)، اشتیاق سازمانی (۳۹ تا ۴۴) و منزلت شغلی (۴۵ تا ۵۰) می باشد. و برای امتیاز بندی از مقیاس پنج گزینه ای لیکرت (خیلی زیاد = ۵، زیاد = ۴، تا حدی = ۳، کم = ۲ و خیلی کم = ۱) تنظیم شده است.

۶-۳- پایایی پرسش نامه

در این تحقیق برای سنجش پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید. به این صورت که در ابتدا ۳۰ پرسشنامه بین کارکنان توزیع و پایایی ابعاد مورد بررسی قرار گرفت. ضریب آلفای کرونباخ برای ۳۰ پرسشنامه محاسبه شد.

جدول ۱- پرسش نامه رضایت شغلی:

نام پرسشنامه	تعداد سوال	ضریب آلفای کرونباخ
رضایت شغلی	۱۴	۰/۹۱
مشارکت در تصمیم گیری	۶	۰/۷۵
توسعه شغل	۶	۰/۸۹
حقوق و مزایا	۶	۰/۷۱
غرور سازمانی	۶	۰/۷۵
اشتیاق سازمانی	۶	۰/۷۴
منزلت شغلی	۶	۰/۷۲

جدول شماره ۲- نحوه توزیع سوالات پرسشنامه مدیریت دانش

مفهوم	ابعاد	سوالات
مدیریت دانش	خلق دانش	۱-۷
	تسهیم دانش	۸-۱۳
	بکارگیری دانش	۱۴-۱۸
	ذخیره سازی	۱۹-۲۵

۷-۳- روش تجزیه و تحلیل اطلاعات

برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش های مختلف توصیفی و استنباطی استفاده می شود. با استفاده از آمار توصیفی ویژگی ها نمونه از لحاظ متغیر های جمعیت شناسی مورد بررسی قرار می گیرد و از آمار استنباطی که برای بررسی فرضیه اصلی و فرضیات فرعی از آزمون رگرسیون استفاده می شود. داده های جمع آوری شده با استفاده از پرسشنامه از طریق نرم افزار SPSS۲۶ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

۴- تحلیل توصیفی داده‌ها

جدول ۳- فراوانی کارکنان نمونه آماری بر اساس ادارات مختلف شهر کازرون

ردیف	اداره/بخش	تعداد نمونه	(%) درصد نمونه
1	اداره آموزش و پرورش	50	23.8
2	شهرداری کازرون	40	19.0
3	اداره بهداشت و درمان	30	14.3
4	اداره امور مالی	25	11.9
5	اداره خدمات شهری	20	9.5
6	سایر ادارات	45	21.4
	جمع کل	210	100

جدول ۴- آمار توصیفی متغیرهای پژوهش (n=210)

متغیر	میانگین	انحراف معیار	حداقل	حداکثر
رضایت شغلی	3.87	0.58	2.10	5.00
مشارکت در مدیریت دانش	3.75	0.62	1.90	4.90
سبک مدیریتی مشارکتی	3.92	0.55	2.00	5.00
مدیریت دانش	3.80	0.60	2.10	5.00
مدیریت استعداد	3.78	0.57	2.00	5.00
پرداخت حقوق و مزایا	3.65	0.63	1.80	5.00
فرصت‌های رشد و توسعه شغلی	3.70	0.59	2.00	5.00
غرور سازمانی	3.85	0.54	2.10	5.00
منزلت شغلی	3.82	0.56	2.00	5.00
اشتقاق سازمانی	3.88	0.57	2.10	5.00

۵- تحلیل همبستگی پیرسون

جدول ۵- ضریب همبستگی بین متغیرهای اصلی پژوهش

متغیرها	ضریب همبستگی (r)	سطح معناداری (p)
رضایت شغلی - مشارکت در مدیریت دانش	0.64	<0.001
سبک مدیریتی مشارکتی - رضایت شغلی	0.58	<0.001
مدیریت دانش - رضایت شغلی	0.52	<0.001
مدیریت استعداد - رضایت شغلی	0.50	<0.001
پرداخت حقوق و مزایا - رضایت شغلی	0.47	<0.001
فرصت‌های رشد - رضایت شغلی	0.49	<0.001
غرور سازمانی - مشارکت در مدیریت دانش	0.45	<0.001
منزلت شغلی - مشارکت در مدیریت دانش	0.43	<0.001
اشتقاق سازمانی - مشارکت در مدیریت دانش	0.46	<0.001

۶- تحلیل رگرسیون چندمتغیره

۶-۱- تأثیر رضایت شغلی بر مشارکت در مدیریت دانش

جدول ۶- نتایج رگرسیون رضایت شغلی بر مشارکت در مدیریت دانش

متغیر مستقل	ضریب بتا (β)	t	سطح معناداری (p)
رضایت شغلی	0.64	10.52	<0.001

تحلیل: رضایت شغلی به طور معناداری و مثبت بر مشارکت کارکنان در فرآیندهای مدیریت دانش تأثیرگذار است.

۶-۲- تأثیر سبک مدیریتی مشارکتی بر رضایت شغلی و مشارکت در مدیریت دانش (مدل میانجی)

جدول ۷- نتایج تحلیل مسیر سبک مدیریتی مشارکتی، رضایت شغلی و مشارکت در مدیریت دانش

مسیر	ضریب مسیر (β)	t	سطح معناداری (p)
سبک مدیریتی مشارکتی → رضایت شغلی	0.58	9.34	<0.001
رضایت شغلی → مشارکت در مدیریت دانش	0.62	10.12	<0.001
سبک مدیریتی مشارکتی → مشارکت در مدیریت دانش (مستقیم)	0.20	3.45	0.001

تحلیل: سبک مدیریتی مشارکتی به طور مستقیم و غیرمستقیم (از طریق رضایت شغلی) مشارکت در مدیریت دانش را افزایش می‌دهد.

۳-۶- تأثیر مدیریت دانش و مدیریت استعداد بر رضایت شغلی

جدول ۸- نتایج رگرسیون مدیریت دانش و مدیریت استعداد بر رضایت شغلی

سطح معناداری (p)	t	ضریب بتا (β)	متغیر مستقل
<0.001	5.65	0.38	مدیریت دانش
<0.001	6.12	0.42	مدیریت استعداد

۳-۷- تأثیر پرداخت حقوق و مزایا و فرصت‌های رشد بر رضایت شغلی و مشارکت در مدیریت دانش

جدول ۹- نتایج تحلیل مسیر پرداخت حقوق و مزایا، فرصت‌های رشد، رضایت شغلی و مشارکت

سطح معناداری (p)	t	ضریب مسیر (β)	مسیر
<0.001	7.28	0.46	پرداخت حقوق و مزایا → رضایت شغلی
<0.001	6.95	0.44	فرصت‌های رشد → رضایت شغلی
<0.001	10.12	0.62	رضایت شغلی → مشارکت در مدیریت دانش

۳-۸- نقش واسطه‌ای عوامل فردی (غرور سازمانی، منزلت شغلی و اشتیاق سازمانی)

تحلیل مدلسازی معادلات ساختاری (SEM) نشان داد:

غرور سازمانی، منزلت شغلی و اشتیاق سازمانی به عنوان متغیرهای میانجی، رابطه رضایت شغلی و مشارکت در مدیریت دانش را به صورت معناداری تقویت می‌کنند. ($p < 0.05$)

ضریب تأثیر کلی رضایت شغلی بر مشارکت در مدیریت دانش با لحاظ این عوامل افزایش یافته است (از ۰,۶۴ به ۰,۷۳).

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه بین رضایت شغلی کارکنان و میزان مشارکت آن‌ها در فرآیندهای مدیریت دانش در ادارات شهر کازرون انجام شد. نتایج حاصل از تحلیل داده‌های آماری نشان داد که رضایت شغلی کارکنان نقش بسیار مهم و تعیین‌کننده‌ای در افزایش مشارکت آن‌ها در مدیریت دانش دارد. به عبارت دیگر، کارکنانی که از شغل و شرایط کاری خود رضایت بیشتری دارند، تمایل و انگیزه بیشتری برای به اشتراک‌گذاری دانش، همکاری در فرآیندهای سازمانی و مشارکت فعال در مدیریت دانش از خود نشان می‌دهند. این یافته‌ها تأکید می‌کند که رضایت شغلی نه تنها یک عامل روانشناختی مهم برای حفظ نیروی انسانی است، بلکه به عنوان یک محرک کلیدی در ارتقای کارایی و اثربخشی سازمان نیز عمل می‌کند.

علاوه بر این، سبک مدیریتی مشارکتی به عنوان یکی از عوامل مؤثر، به طور مستقیم بر رضایت شغلی تأثیر گذاشته و از طریق افزایش رضایت شغلی، مشارکت در مدیریت دانش را تقویت می‌کند. این موضوع نشان می‌دهد که مدیران با اتخاذ رویکردهای مدیریتی مشارکتی و ایجاد فضای باز برای تعامل و تصمیم‌گیری جمعی می‌توانند انگیزه کارکنان را افزایش داده و فرهنگ سازمانی را به سمت بهبود فرآیندهای دانش‌محور سوق دهند. همچنین مدیریت دانش و مدیریت استعداد به طور مستقیم بر

رضایت شغلی اثرگذار بوده و پرداخت به موقع حقوق و مزایا و فراهم کردن فرصت‌های رشد و توسعه شغلی از دیگر عوامل مهمی هستند که رضایت شغلی و در نهایت مشارکت کارکنان را در مدیریت دانش افزایش می‌دهند.

نقش واسطه‌ای عوامل فردی مانند غرور سازمانی، منزلت شغلی و اشتیاق سازمانی نیز در این رابطه قابل توجه است؛ این عوامل باعث تقویت ارتباط بین رضایت شغلی و مشارکت در مدیریت دانش می‌شوند و نشان می‌دهند که توجه به ابعاد روانشناختی و عاطفی کارکنان می‌تواند به بهبود عملکرد سازمانی کمک کند. در مجموع، نتایج پژوهش بیانگر این است که برای ارتقای مشارکت کارکنان در مدیریت دانش، لازم است سازمان‌ها به طور همزمان به بهبود رضایت شغلی، توسعه سبک‌های مدیریتی مشارکتی، ارتقای سیستم‌های پاداش و ایجاد فرصت‌های رشد توجه کنند.

بنابراین، پیشنهاد می‌شود مدیران ادارات کازرون با تمرکز بر بهبود شرایط کاری، افزایش حمایت‌های سازمانی، و توسعه فرهنگ مشارکتی، زمینه را برای افزایش رضایت شغلی و مشارکت موثر کارکنان در مدیریت دانش فراهم آورند. این اقدامات می‌تواند به افزایش بهره‌وری، نوآوری و در نهایت تحقق اهداف سازمانی منجر شود و جایگاه سازمان را در محیط رقابتی بهبود بخشد. همچنین، پژوهش‌های آتی می‌توانند با بررسی عوامل فرهنگی و ساختاری عمیق‌تر، راهکارهای جامع‌تری برای بهبود مدیریت منابع انسانی و دانش در سازمان‌های مشابه ارائه دهند.

نتیجه‌گیری تبیینی

تحلیل آماری داده‌های این پژوهش نشان داد که بین رضایت شغلی کارکنان و میزان مشارکت آن‌ها در فرآیندهای مدیریت دانش رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. این یافته با نتایج مطالعات پیشین همچون پژوهش‌های زارعی محمودآبادی (۱۳۹۸) و دارابی و همکاران (۱۳۹۶) همسو است که رضایت شغلی را به عنوان عاملی کلیدی در افزایش مشارکت کارکنان در فرآیندهای دانش‌محور معرفی کرده‌اند. تحلیل رگرسیون نیز تأیید کرد که رضایت شغلی نقش پیش‌بینی‌کننده قوی مشارکت در مدیریت دانش دارد، که این موضوع نشان‌دهنده اهمیت توجه به عوامل روانشناختی کارکنان در بهبود فرآیندهای سازمانی است.

همچنین، سبک مدیریتی مشارکتی به طور مستقیم و غیرمستقیم (از طریق افزایش رضایت شغلی) بر مشارکت کارکنان در مدیریت دانش تأثیرگذار است. این یافته با نتایج پژوهش الراج و همکاران (۲۰۱۶) و پژوهش دانشگاه آزاد اسلامی آذربایجان غربی (۱۴۰۰) تطابق دارد که نقش سبک‌های مدیریتی مشارکتی را در افزایش رضایت و تعهد سازمانی و به تبع آن مشارکت در مدیریت دانش برجسته کرده‌اند. این موضوع بیانگر آن است که ایجاد فضای مشارکتی و اعتماد متقابل میان مدیران و کارکنان، زمینه‌ساز افزایش انگیزه و همکاری در سازمان است.

تحلیل‌های آماری همچنین نشان داد که مدیریت دانش و مدیریت استعداد به طور مستقیم رضایت شغلی را افزایش می‌دهند، که این یافته با مطالعات گودرزی و همکاران (۱۳۹۴) همخوانی دارد. پرداخت به موقع حقوق و مزایا و فراهم بودن فرصت‌های رشد و توسعه شغلی نیز از عوامل مهم مؤثر بر رضایت شغلی و مشارکت کارکنان بودند، که این نتایج با یافته‌های پژوهش‌های داخلی و بین‌المللی درباره نقش انگیزش‌های مالی و غیرمالی در افزایش رضایت شغلی مطابقت دارد.

نقش واسطه‌ای عوامل فردی مانند غرور سازمانی، منزلت شغلی و اشتیاق سازمانی در تقویت رابطه رضایت شغلی و مشارکت در مدیریت دانش نیز مورد تأیید قرار گرفت. این موضوع نشان می‌دهد که ابعاد روانشناختی و عاطفی کارکنان، علاوه بر عوامل

ساختاری و مدیریتی، در فرآیندهای دانش‌محور سازمان اهمیت ویژه‌ای دارند. این یافته با نتایج پژوهش‌های روانشناسی سازمانی که بر اهمیت احساس ارزشمندی و تعلق خاطر در افزایش تعهد و مشارکت تأکید دارند، همسو است. در مجموع، نتایج این پژوهش تأکید می‌کند که برای ارتقای مشارکت کارکنان در مدیریت دانش، لازم است سازمان‌ها به طور همزمان به بهبود رضایت شغلی، توسعه سبک‌های مدیریتی مشارکتی، ارتقای سیستم‌های پاداش و فراهم کردن فرصت‌های رشد توجه کنند. این رویکرد جامع، ضمن افزایش انگیزه و تعهد کارکنان، موجب بهبود فرآیندهای مدیریت دانش و در نهایت افزایش بهره‌وری و نوآوری سازمان خواهد شد. بنابراین، مدیران و سیاستگذاران سازمانی می‌توانند با بهره‌گیری از این یافته‌ها، برنامه‌های توسعه منابع انسانی و مدیریت دانش را به شکل مؤثرتری طراحی و اجرا نمایند.

پیشنهادهای کاربردی

پیشنهادهای کاربردی برای افزایش رضایت شغلی کارکنان و ارتقای مشارکت آن‌ها در فرآیندهای مدیریت دانش در ادارات شهر کازرون به شرح زیر است:

مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری‌ها: قبل از اجرای سیاست‌ها و تغییرات سازمانی، کارکنان را در فرآیند تصمیم‌گیری مشارکت دهید تا احساس ارزشمندی و تعلق سازمانی در آن‌ها تقویت شود و مقاومت در برابر تغییر کاهش یابد.

ایجاد فرهنگ قدردانی و به رسمیت شناختن تلاش‌ها: به طور منظم از تلاش‌ها و مشارکت‌های کارکنان قدردانی کنید و موفقیت‌های فردی و تیمی را به صورت عمومی اعلام نمایید تا انگیزه و رضایت شغلی افزایش یابد.

فراهم کردن فرصت‌های رشد و توسعه شغلی: با ارائه برنامه‌های آموزشی کاربردی، کارگاه‌ها و مربی‌گری مستمر، مهارت‌ها و تسلط کارکنان را تقویت کنید تا انگیزه آن‌ها برای مشارکت در مدیریت دانش افزایش یابد.

بهبود نظام پرداخت و مزایا: پرداخت به موقع حقوق و مزایا و ایجاد نظام پاداش عادلانه، از عوامل مهم رضایت شغلی است که به طور مستقیم مشارکت کارکنان را در فرآیندهای مدیریت دانش افزایش می‌دهد.

استقرار سیستم‌های مدیریت دانش کاربرپسند: پیاده‌سازی نرم‌افزارهای مدیریت دانش ساده، یکپارچه و قابل استفاده آسان، همراه با راهنماهای کاربردی، موجب تسهیل اشتراک دانش و افزایش مشارکت کارکنان می‌شود.

ترویج انگیزش درونی از طریق خودمختاری و هدفمندی: به کارکنان استقلال در انجام وظایف و تصمیم‌گیری بدهید و اهمیت مشارکت آن‌ها در تحقق اهداف سازمان را به صورت شفاف بیان کنید تا حس مسئولیت‌پذیری و انگیزه درونی آن‌ها تقویت شود.

ایجاد فضای تعاملی و ارتباطات باز: با برگزاری کارگاه‌های تعاملی، فعالیت‌های تیم‌سازی و استفاده از پلتفرم‌های اجتماعی سازمانی، ارتباط و همکاری میان کارکنان را افزایش دهید تا مشارکت در مدیریت دانش تسهیل شود.

منابع و مآخذ:

۱. ابطحی، حسین، عادل صلواتی (۱۳۹۸)، مدیریت دانش در سازمان، تهران انتشارات پیوند نو.
۲. احمد پور داریانی، (۱۳۹۷)، مدیریت دانش: مفاهیم، الگوها، اندازه گیری و پیاده سازی، تهران: انتشارات مولف.
۳. الارج و همکاران (۲۰۱۶). نقش میانجی اعتماد در اثرات مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی. پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه علامه طباطبائی.
۴. ایکوجیرونوناکا و هیروتاکاتا کوچی، (۱۳۹۸) مدیریت دانش شرکت‌های دانش آفرین. نویسندگان:، ترجمه: دکتر علی عطافر، جبار اسلامی، آناهیتا کاوه و سعید انالویی - ناشر: سما، چاپ اول.
۵. باغشیخی، حسین و نوروزی، علی و حسینی، فهیمه سادات، ۱۳۹۸، مطالعه میزان، علل و عوامل مؤثر بر رضایت شغلی اعضای هیات علمی دانشگاه کاشان، اولین کنگره ملی پژوهش، کارآفرینی و توسعه ملی با رویکرد حمایت از تولید ملی، تهران.
۶. باقری حیدری، فاطمه، ۱۳۹۹، بررسی عوامل مؤثر بر رضایت شغلی در بین معلمان مقطع متوسطه شهرستان پلدختر در سال تحصیلی ۹۸-۹۷، هفتمین همایش ملی مطالعات و تحقیقات نوین در حوزه علوم انسانی، مدیریت و کارآفرینی ایران، تهران.
۷. بشیرگنبدی، سپیده و صمدی، ساره و گل محمدی، علی اکبر و کاظم نژاد، انوشیروان، ۱۳۹۹، تعیین عوامل مؤثر بر رضایت شغلی در میان کارکنان بیمارستان‌های تابع ناجا در شهر تهران در سال ۱۳۹۸.
۸. پژوهش دانشگاه آزاد اسلامی آذربایجان غربی (۱۴۰۰). تأثیر مدیریت استعداد و مدیریت دانش بر رضایت شغلی کارکنان. طرح پژوهشی دانشگاه آذربایجان غربی.
۹. تامس اچ. داوونپورت و لارنس پروساک، (۱۳۷۹) مدیریت دانش. نویسندگان: ترجمه: دکتر حسین رحمان سرشت، ناشر: ساپکو. چاپ اول.
۱۰. تنهایی، علیرضا (۱۳۹۷)، "مدیریت دانش: چالش نو در سازمان‌ها"، فصلنامه کتاب ۷۳: صص ۳۷-۶۸.
۱۱. جعفری، مهدی (۱۳۸۳)، مدیریت دانش در سطح فردی، گروهی، سازمانی. دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، دانشگاه شریف.
۱۲. جهاندار، ایمان، (۱۳۹۹)، بررسی عوامل مؤثر بر رضایت شغلی در سازمان‌های پروژه محور (مورد مطالعه: پروژه پالایشگاه میعانات گازی بندرعباس)، ششمین کنفرانس ملی علوم انسانی و مطالعات مدیریت.
۱۳. حسن زاده، محمد، (۱۳۹۸)، مدیریت دانش: مفاهیم و زیر ساخت‌ها، تهران: انتشارات کتابدار.
۱۴. حسین قلی زاده، رضوان (۱۳۸۳) بررسی جایگاه مدیریت دانش در دانشگاه فردوسی بر اساس نظریه نانوکا و رابطه آن با فرهنگ سازمانی، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشگاه علوم تربیتی، دانشگاه فردوسی.
۱۵. دارابی، نصیری و مولایی ایلدوله (۱۳۹۶). تأثیر سرمایه فکری و فرهنگ سازمانی بر فرآیندهای مدیریت دانش پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه شیراز.
۱۶. رحیمی، عباس (۱۳۹۷)، "لزوم پیاده سازی سیستم مدیریت دانش در صنعت برق"، پایگاه اطلاع رسانی خدمات مهندسی و صنایع برق و آب.
۱۷. زارعی محمودآبادی، م. (۱۳۹۷). تأثیر تسهیم دانش و فرهنگ سازمانی بر رضایت شغلی. دوره ۱، شماره ۱ علوم انسانی دوره اول، پاییز و زمستان ۱۳۹۷، شماره یکم اسفند ۱۳۹۷. صفحه ۱۲۵-۱۴۶
۱۸. صمدپورجاوید، مریم، (۱۴۰۰) بررسی نقش آموزش در رضایت شغلی کارکنان، ششمین کنفرانس ملی نقش مدیریت در چشم انداز ۱۴۰۴، رشت.

۱۹. فتاحی، عبدالکریم، (۱۴۰۰)، بررسی تاثیر سبک رهبری تحول آفرین بر رضایت شغلی کارکنان، نهمین کنفرانس بین المللی ترفندهای مدرن مدیریت، حسابداری، اقتصاد و بانکداری با رویکرد رشد کسب و کارها.
۲۰. فوداجی، فاطمه، (۱۳۹۹)، بررسی میزان عوامل موثر بر رضایت شغلی کارکنان در شهرداری ها، سومین کنفرانس بین المللی ترفندهای مدرن مدیریت، حسابداری، اقتصاد و بانکداری با رویکرد رشد کسب و کارها، تهران.
۲۱. گودرزی، سیدین و حریریزاده (۱۳۹۴). تأثیر فرهنگ سازمانی بر رضایت شغلی کارکنان سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران.
۲۲. الوانی سید مهدی و دانایی فرد، حسن، (۱۳۹۸) گفتار هایی در فلسفه تئوری های سازمان دولتی. تهران: انتشارات صفار، چاپ اول، ص ۵۱.
۲۳. الوانی، سیدمهدی (۱۳۹۶)، خط مشی دانش آفرین ضرورت بقا در سازمانهای امروزی، مجلس در پژوهش. ۱۵.

منابع لاتین

1. Anderson, F. (2015), The relationship between motivation and job satisfaction and employee engagement, *Journal Of Applied Psychology*. V. 59, N. 5, PP. 603- 609.
2. Bradley, L. (2014), *The relationship between organizational climate and job satisfaction among employees*. *Career Dev Int*. 12 (7): 617-36.
3. Bakker, B. (2013). Burnout and engagement in university student. *Journal of cross-culture psychology*, 23, 464- 481.
4. Dietz, E. (2014), Nurse practitioner's characteristics and job satisfaction. *J Am Acad Nurse Pract* 2006; 18 (11): 544-9.
5. Ferlie, E. (2014). Strategies to increase job satisfaction, organizational commitment and turnover intention among hospital employees. *Health Serv Manag Res*. 21 (4): 211-27.

Investigating the Relationship Between Employee Job Satisfaction and Their Level of Participation in Knowledge Management Processes: A Case Study of Employees in Kazerun City Offices

Hameeda Tahmasebi¹, Shahram Hafezi², Mohammad Hassan Behboudi³

1-Master of Financial Management Graduate, Islamic Azad University, Kazerun Branch, Iran

2-Assistant Professor and Full-time Faculty Member, Management Department, Islamic Azad University, Kazerun Branch, Iran

3-Affiliate Faculty Member, Management Department, Islamic Azad University, Kazerun Branch, Iran

Abstract

Objective: The purpose of this study is to investigate the relationship between employee job satisfaction and their level of participation in knowledge management processes in Kazerun city offices. This study seeks to identify the effect of job satisfaction on employee participation in knowledge management and improving organizational performance. **Method:** The research is descriptive-survey and applied. The statistical population included all employees of Kazerun city offices (450 people), of which a sample of 210 people was selected using stratified random sampling. The data collection tool was the standard questionnaire on job satisfaction and participation in knowledge management, the validity and reliability of which were confirmed using Cronbach's alpha coefficient. The data were analyzed using descriptive statistics, Pearson correlation test, and multivariate regression. **Findings:** The results showed that there is a positive and significant relationship between employee job satisfaction and their level of participation in knowledge management processes ($r=0.64$, $p<0.001$). Also, participatory management style has a positive and significant effect on job satisfaction and through it increases participation in knowledge management. Knowledge management and talent management also directly affected job satisfaction. Timely payment of salaries and benefits and the existence of career growth and development opportunities increased job satisfaction and employee participation in knowledge management. In addition, individual factors such as organizational pride, job status, and organizational enthusiasm played a mediating role in the relationship between job satisfaction and participation in knowledge management. **Conclusion:** Increasing job satisfaction through improving management style, creating a participatory atmosphere, regular payment of salaries, and providing career growth opportunities will increase employee participation in knowledge management processes, which will lead to improved productivity and achievement of organizational goals in Kazerun offices.

Keywords: Job Satisfaction, Employee Participation, Knowledge Management, Participatory Management Style, Organizational Productivity, Kazerun Offices
