

مطالعه رابطه فرهنگ سازمانی و یادگیری سازمانی با بکارگیری مدل دنیسون در شرکت صنایع الکترونیک ایران

پریوش جعفری^{۱*}، سعید هداوند^۲

۱-دانشیار، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات

۲-دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات
saeed.hadavand@Srbiau.ac.ir

چکیده

این تحقیق به بررسی رابطه بین ابعاد مدل فرهنگ سازمانی دنیسون با میزان یادگیری سازمانی شرکت صنایع الکترونیک ایران (صایران) می‌پردازد. تحقیق حاضر با توجه به هدف آن از نوع مطالعات کاربردی و از نظر روش گردآوری و تحلیل داده‌ها، توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری تحقیق شامل ۲۷۴ نفر از مدیران و مهندسان شرکت می‌باشند که با استفاده از جدول مورگان، تعداد ۱۷۰ نفر از آنان به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری اطلاعات، یک پرسشنامه ۴۸ سؤالی بسته پاسخ است که در طیف پنج گزینه‌ای لیکرت تنظیم شده است. به منظور بررسی روایی، پرسشنامه در اختیار تعدادی از خبرگان صنعت و دانشگاه قرار گرفت و نظرات و پیشنهادات آنان در پرسشنامه اعمال گردید. برای بررسی پایایی نیز از فرمول آلفای کراباخ استفاده شد که مقدار آلفای ۰/۹۶۸/ نشان دهنده پایایی مناسب پرسشنامه است. داده‌های به دست آمده از پرسشنامه با استفاده از روش‌های آماری توصیفی و آمار استنباطی و با کمک نرم افزار SPSSwin18 تجزیه و تحلیل گردید. نتایج نشان می‌دهد که بین دو متغیر اصلی فرهنگ سازمانی و یادگیری سازمانی، ۰/۷۳ همبستگی وجود دارد. همچنین از نظر مدیران و مهندسان شرکت صایران، بین هر چهار بُعد اصلی مدل فرهنگ سازمانی دنیسون با یادگیری سازمانی، به ترتیب ۰/۶۳ و ۰/۶۱ همبستگی و رابطه مثبت و معنا دار وجود دارد. وجود این رابطه بیانگر اهمیت فرهنگ توجه به تغییرات محیطی و توجه به یادگیری و نوآوری در فعالیتهای مربوط به تولید، اشتراک و کاربرد دانش در شرکت صایران می‌باشد.

واژگان کلیدی: فرهنگ سازمانی، یادگیری سازمانی، مدل دنیسون

۱- مقدمه

در شرایطی که تغییرات سریع دانش و فناوری، محیط‌های کسب و کار را به محیط‌های رقابتی و پر چالش تبدیل نموده است، سازمان‌ها برای حفظ بقا و بهبود قابلیت‌های رقابتی خود، ناگزیر از نوآوری و ایجاد ارزش افزوده به مشتریانانشان هستند. در پارادایم‌های جدید کسب و کار، بزرگترین امتیاز رقابتی، توان یادگیری سازمان است. به عقیده آریه دگاس، یادگیری تنها مزیت رقابتی پایدار است (Bunch and Probst, 2000) و به همین دلیل در سال‌های اخیر مفاهیم یادگیری سازمانی^۱ و سازمان یادگیرنده^۲ به عنوان پارادایم‌های جدید سازمانی مطرح شده و رشد چشمگیری یافته‌اند.

بر این اساس، سازمان‌ها به جای حرکت سنتی [که در برگیرنده آموزش در مقاطعی از زمان است] باید کوشش خود را در جهت یادگیری مستمر [به عنوان یک امتیاز رقابتی] به کار برند (حاجی پور و نظر پور، ۱۳۸۹). ویروساک، توانایی استفاده از اطلاعات و قابلیت‌های فناوری را متکی بر توانایی یادگیری نهفته درون سازمان می‌داند. به زعم وی یک سازمان یادگیرنده از طریق فراهم کردن موقعیت‌های یادگیری این امکان را می‌یابد تا فرصت‌های مهمی را که منجر به نوآوری‌هایی در محصولات، خدمات، فرایندها و کانال‌های

1. Organizational Learning

2. Learning Organization