ساختاری چندبعدی جهت تبیین اثر فرهنگ سازمانی و فرهنگ زنجیره تأمین بر انتقال، اشتراک و توزیع دانش در زنجیره تأمین صنعت خودروسازی: با تأکید بر بهبود عملکرد زنجیره تامین

محسن نفیسی

کتابران فیضی

لیا التف

محمدتقی قبوق فرد

چکیده: فرهنگ سازمانی یکی از جنبه‌های کلیدی در مدیریت دانش است و در تولید کردن فرهنگ ناساز و شاخه‌ای کلیدی آن برنامه‌های مدیریت دانش، از موضوعات مهم در اجرای مدیریت دانش در سازمان‌های فرهنگ صنعتی و فرهنگ زنجیره تأمین برای توزیع موتر دانش در زنجیره تامین بوده است. در این پژوهش، انتخاب شاخه‌ای کلیدی برای هرکل از این دستگاه به‌عنوان شرکت شاخص‌های استاندارد برای اطفال از این زمینه به‌عنوان دیگر مورد بررسی و اصلاح قرار گرفت. نتیجه این کار این است که دو سوال که پرسی برای پژوهش بود، به سپاس از آن آن ساختار چندبعدی (در قالب پژوهشی پیامدی و بخش سایبان) در زنجیره تامین در شرکت ایران خودرو و سایبان و در ماه 105 نفر از کارشناسان صنعت خودروسازی مورد ارزیابی قرار گرفت. از ارزیابی علمی و رفتار علاقه‌مندی در ساختار چندبعدی پژوهش مورد ارزیابی قرار گرفت. با کمک یک پژوهش نشان داد که ساختار چندبعدی علی‌الّی در این پژوهش، از بررسی سایبان در صنعت خودرو برخورد کرد. نتایج بررسی نشان داد که فرهنگ زنجیره تأمین بر اثر را بر فرهنگ سازمانی دانش و از طرف دیگر، فرهنگ سازمانی بر اثر را بر عملکرد زنجیره تامین دانش و در نهایت توزیع، اشتراک و انتقال دانش، می‌تواند اثر را بر عملکرد خودروسازی زنجیره تامین صنعت خودرو بررسی کند.

کلیدواژه‌ها: ساختار چندبعدی، فرهنگ، توزیع و اشتراک و انتقال دانش، عملکرد، زنجیره تأمین، صنعت خودرو

*محمودالی: دانشجوی دانشکده مهندسی الکترونیک و الکترونیکات، دانشگاه صنعتی شریعتی

1. kamfeizi@yahoo.com
2. layaolfat@gmail.com
3. dr.taghavifard@gmail.com
1. مقدمه

دانش در بازو طولانی، مدیت به عنوان منبع کلیدی برای سازمان‌ها در نظر گرفته شده و مدیریت مؤثر آن هم برای مقایسه امروز ضروری است (Nevo and Chan 2007). تغییرات سریع دانش و هویت ویژه به مدیریت دانش را می‌توان در موضوع بعنوان پویا و بهبود داشت. مورد بحث قرار داد. پویایی دانش توسط عواملی همچون سرمایه‌گذاری در پژوهش‌ها، آموزش، توسعه، خلاقیت، انتقاد، تحول، و کاربرد دانش اجرا می‌شود. پس می‌توان چنین بیان کرد که: لیلی توجه نورانی به مدیریت دانش، توزع و افزایش مجموعه عوامل موجود در پویایی دانش

Nonaka و Tachikawa شرکت‌های موفقی را شناخته‌ای می‌دانند که به‌طور پیوسته برای حل مسائل جدید و مهم، دانش جدید را کشف و با خلق کند و ایین دانش را به صورتی هدف‌مند و نظامی بافت و مانندی با اهداف تخصصی راهبردی در تمامی لایه‌ها و بخش‌های مختلف سازمان توزع دهند و به‌دنیال نهایی این فکارد و محصولات جدید باشد. نیازاین، می‌توان تبیین گرفت که توزیع دانش در تمامی لایه‌های درون‌سازمانی و برون‌سازمانی امری از اساس پیش‌تر می‌رود (Nonaka and Takeuchi 1995).

پژوهش‌های متفکرد در مورد رابطه فرهنگ سازمانی با مدیریت دانش و یا با عملکرد

یک کسب و کار صورت گرفته است، اما برای اساس مور پیشینه، پژوهش خاصی که به رابطه مؤثر انواع فرهنگ (فرهنگ سازمانی و فرهنگ زنجیره تأمین) بر فرآیند توزیع دانش و در نهایت، رابطه این عوامل با عملکرد زنجیره تأمین اشکال داشته باشد، ماهیت نشان داده، از طریق هم، فرهنگ زنجیره تأمین، سطحی بالاتر از فرهنگ درون‌سازمانی است که می‌تواند اثر بسزایی بر فرهنگ

هر کسب و کار باشد که همین امر می‌تواند به عوامل دانش در مورد توزیع به کار گرفته است.

نیاززایهای ارائه‌گردیده در این پژوهش را می‌توان نمایی نواحی کار دانست.

چرا که در این پژوهش، علاوه بر توجه به شخصیتی مختلف فرهنگ سازمانی، به فرهنگ زنجیره تأمین و شخصیتی های آن در زنجیره تأمین نیز اشاره شده است. برخی از نتایج پژوهشگران توانسته‌اند

علاوه بر بررسی نوع رابطه انواع فرهنگ با هم، به تأثیر بانک توزیع دانش در زنجیره تأمین و در نهایت، رابطه ارگودی زنجیره تأمین بر عملکرد زنجیره تأمین در صنعت خودرسازی

پیامدهای منحصر، در این پژوهش معرفی شده است که جمع‌اکلی از شخصیتی های توزیع

دانش در زنجیره تأمین گردآوری شود و در نهایت، در زنجیره تأمین صنعت خودروسازی

مورد شناختی و جریان و تغییر قرار گیرد.

1. knowledge dynamics
در ادامه پژوهش، ابتدا پژوهش‌های پیشین مرور می‌گردد، سپس روش پژوهش به صورت تفصیلی ارائه می‌شود. در بخش بعدی، یافته‌ها ارائه می‌شود و پس از آن، یافته‌ها مورد بهشت و نتیجه‌گیری‌های می‌گردد.

2. ادیبات پژوهش

با توجه به هدف اصلی مقاله، ادیبات پژوهش به چهار بخش انتقال، اشتراک و توپری، دانش، فرهنگ، سازمانی، فرهنگ زنجبیله تأمین و عملکرد زنجبیله تأمین، تقسیم شده است.

1-1. انتقال و اشتراک و توپری دانش

اشتراک دانش، شامل شمای اطلاعات، آیده‌ها، پیشنهادات، و تخصص‌ها میان افراد یک سازمان است (Nayir and Uzuncarsili 2008) و اشاره به مزایای اشتراک گذاری منابع دانش در داخل مرزیان زبان عملکردی و وظایفی بار دارد که همین توانمندی می‌تواند به صورت اساسی، فرآیندهای کسب و کاری را تغيیر دهد. اشتراک اطلاعات، نه تنها موجب تسهیل تعاملات میان وظایفی می‌شود، موجب تسهیل نهایی دانش در میان مشارکت‌کنندگان در فرآیندهای سازمانی می‌گردد و همین امر، خود موجب مشاوره و درک عمیق از یک فرآیند به صورت جامع می‌گردد (Liao, Chuang, and To 2010).

1-2. توپری دانش و انتقال دانش بین‌درای تنشی

تغییر دانش و انتقال دانش بین‌درای تنشی جایگیرین برای توصیف کننده فرآیندهای کسب و کاری هستند که دانش را در میان اعضای یک سازمان و یا گروه‌های همکار، منتقل و توپری می‌کند. در این مرحله یا باید مراقب بود که دانش تغییر به‌صورت مناسب، منطقی، قابل تفسیر، و قابل درک ارائه شود (Nayir and Uzuncarsili 2009).

کانالهای توپری دانش می‌توانند رسمی و یا غیررسمی باشند (Nayir and Uzuncarsili 2008; Sedera and Gable 2010).

کردن دانش بر تعریف کننده این نوع آزادهای سازمان‌های رسمی بسیار مناسب است. در حالتی که توپر دانش از طریق کانالهای رسمی مانند آموزش، توپری گسترده‌تری از دانش را ترکیب می‌کند و برای دانش‌های مفهوم محرور و تخصصی محرور 1 در سازمان‌های بزرگ، مناسب است (Sedera and Gable 2010).

فرآیند که در آن دانش به‌درستی توپری شده است، به عنوان یادگیری موفق سازمانی باز می‌شود و این امر را متوطی بر ایجاد انگیزه شوری کارمندان، توانایی باش اشتراک گذاری منابع دانشی و توپری‌بودن دانش از طرف دریافت کننده دانش می‌دانند.

---

1. context-specific knowledge
(2008). In a recent study, a group of researchers compared the effectiveness of email and face-to-face communication in negotiating a deal. They found that email was more effective in achieving the desired outcomes, especially when the parties involved had previously established a relationship. (Fawcett et al. 2007)

Other studies have shown that the integration of email and face-to-face communication can enhance the effectiveness of negotiations. (Fugate, Stank, and Mentzer 2009)

In summary, the integration of email and face-to-face communication can improve the effectiveness of negotiations. (Hult, Ketchen, and Stanley 2004)

1. connectivity and willingness
2. information applications are highly integrated within the firm
3. cross-functional
جدید برای کارشناسان، تسهیم اطلاعات روان در میان بخش‌های مختلف وظیفه‌ای، وجود شبکه‌های اینترتی می‌تواند وجود مسر تسهیم اطلاعات از بالایی سازمان به سمت پایین، وجود مسر تسهیم اطلاعات از پایین سازمان به سمت بالا، (Danace and Fard 2010)، دانش تسهیمی میان مدرس‌ها و اعضای گروه‌جمعیه، دانش تسهیمی شده در میان همکاران، و دانش تسهیم شده در میان واحدها (Chen, Huang, & Cheng 2009) را نیز می‌توان

مد نظر قرار داد.

این مورد همچنین در پژوهش خود برای بررسی تأثیر تسهیم دانش، شاخص‌های همچون تووانایی مورور و هوروزمانی داده‌ها از طریق ابزارهای اطلاعاتی، استفاده از پایگاه‌های داده‌های متغیر برای بیان کیفیت فرآیندها، وجود مشوق‌های بسیار ماده‌های ماده‌های ماده‌های ماده‌های

و احتمالاً باهم را معرفی کرده است (Lin 2008). می‌تواند این ابزارهای فناوری برای تسهیل در ارتباطات، وجود فرآیند پذیرش مشاوره در سازمان،

کاهش هزینه‌های قبضه و شخصی در کار، ایجاد گروه‌های کاری، گروه‌های غیررسمی در خارج از محیط کار، جلسات فروش و تولید، چرخش نگهبان و وجود شبکه‌های اینترنتی در محیط کار، ایجاد حلقه‌های کیفیت، نظرات- سرپرستی، و تدوین گزارش‌ها و سوابق موردی کار

را برای فرآیند انتقال و تسهیم معرفی کرده است (Massa & Tsesta 2009).

گلدنیو و الهی با شاخص‌های همچون تعداد جوامع عملی عامل افزایش عمیق استفاده از دخانیات اینترنیتی و سازمانی دانش، آگاهی همکاران در ارتباط با ابزارهای ارتباطی درونی موجود، و

Goldoni & Oliveira 2010) و برخی نیز شاخص‌های همچون ارتباطات و شبکه‌های اجتماعی، نژادی فیزیکی همکاران با هم، فرآیند پذیرش اصول سوال، جلساتی با فضاهای غیررسمی، علاوه‌ای افراد به مشارکت، و

رضایت افراد از کمک به مهی را از عوامل توأم‌ساز در تسهیم و اشتراک‌گذاری دانش می‌دانند (Lilleoere & Hansen 2011).

با توجه به مرور صورت گرفته مجموعه عواملی که دارای بیشترین فراوانی در مسئولیت‌ها و پروژه‌های

پژوهش به عنوان شاخص‌های این فرآیند انتخاب شده‌اند (جدول 1).
جدول 1: شاخص‌های فرا آیند توزیع و انتقال و توزیع دانش (جمع‌آوری توسط پژوهشگران)

<table>
<thead>
<tr>
<th>پژوهشگران</th>
<th>شاخص</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Hult, Ketchen, and Stanley 2004; Lin 2008;</td>
<td>وجود تیم‌ها و جلسات بین وظیفه‌ای در جهت بررسی روند‌های مختلف در بارز و نجیره</td>
</tr>
<tr>
<td>Fawcett et al. 2007; Massa nad Testa 2009;</td>
<td>وجود اثرات و شیک‌های ارتباطی و نظام‌های اطلاعاتی مال polític و مرتب جهت تسهیل ارتباطات و نسبم اطلاعات در ماین اعضای نجیره</td>
</tr>
<tr>
<td>Fugate, Stank, and Mentzer 2009; DanaceFard and Selseleh 2010; Chen, Huang, and Cheng 2009</td>
<td>ایجاد گروه‌های گروه‌پردازی و شیک‌های انسانی (همچون حلقه‌های کیفیت)</td>
</tr>
<tr>
<td>Fawcett et al. 2007; Massa nad Testa 2009;</td>
<td>وجود فرهنگ قومی و باز جهت تسهیل اطلاعات و پذیرش مشاوره</td>
</tr>
<tr>
<td>Fugate, Stank, and Mentzer 2009; DanaceFard and Selseleh 2010; Lilleoere and Hansen 2011</td>
<td>اشتراک اطلاعات تئ نحصی‌با نتمین کنندگان و اعضای لجیستک</td>
</tr>
<tr>
<td>Leibowitz and Chen 2001; Fugate, Stank, and Mentzer 2009; Massa nad Testa 2009; Lilleoere and Hansen 2011</td>
<td>تشخیق و حمایت مدیریت در اشتراک و نسبم دانش و اطلاعات</td>
</tr>
<tr>
<td>Leibowitz and Chen 2001; DanaceFard and Selseleh 2010</td>
<td>استفاده و بروزرسانی پایگاه‌های داده‌ای و ذخیره دانش منافوت جهت بهره‌کیفیت فرا آیند</td>
</tr>
<tr>
<td>Fugate, Stank, and Mentzer 2009; DanaceFard and Selseleh 2010</td>
<td>وجود ارتباطات سازمانی دوطرفه میان مدیران اردشاد و اعضا</td>
</tr>
</tbody>
</table>

سؤال 1: شاخص‌های اصلی فرا آیند توزیع و انتقال و توزیع دانش در زنجیره کدامند؟

فرهنگ سازمانی یکی از جنبه‌های کلیدی در مدیریت دانش است و یافتن نوع فرهنگ مناسب برای پیاده‌سازی و اجرای مدیریت دانش، یکی از موضوعات مهم در ادیانه پژوهش مدیریت دانش است. پژوهش علامه، زارع، و داوودی مشخص نمود که فرهنگ سازمانی (با ضریب 23 درصد) بعد از قنوات قفقازی (با ضریب 40 درصد) بیشترین اثر را بر فرا آینده‌های مدیریت دانش دارد (Kangas 2009). Allameh, Zare, and Davoodi 2011) کانگاس در پژوهش خود در صنعت حمل و نقل با بایان اینکه اولین قدم و مهم‌ترین قدم برای مدیریت دانش، برجه به افراد است، مهم‌ترین اقدام رهبری را مشنایی نوع فرهنگ مناسب برای پیاده‌سازی مدیریت دانش می‌دانند (Kangas 2009).
نگوین و محمد نیز در یافتند که فرهنگ (با سه شاخص قابلیت سازگاری و وضعحچم انداز و وجود فرهنگ سازمانی) دارای نقش میانجی در تأثیر گذاری رفتارهای رهبری بر مدیریت دانش است (Nguyen and Mohamed 2011). درصد مربوط به اثر فرهنگ، درصد مربوط به ابعاد مورد نظر، و درصد هم مربوط به جادو است (Gerami 2010) و تأکید عوامل فرهنگی به دستی کار نکنند، بقیه موارد در مدیریت دانش، تأثیر کمی خواهند داشت و شرط موفقیت پیاده سازی مناسب مدیریت دانش را (Gerami 2010; Fink and Polder 2007).

والاچه نوع فرهنگ را در هر کسب‌وکار معرفی می‌کنید: ۱) فرهنگ دیوانسالاری: که در آن بیشتر کارها اعتمادسازی شده است و عمليات موجود در سازمان براساس کنترل و قدرت انجام می‌شود. تکمیل منظوم کارها و اختلال سازمانی در آن مورد تأکید است؛ ۲) فرهنگ نوآورانه که در آن کارها، جالبی و به‌همراه نوآوری خواهد بود و کارمندان را برای خطر و اقدامات نوآورانه ترغیب و تشویق می‌کند؛ ۳) فرهنگ حمایتی که در آن یک محیط کاری باز و همراهگر است. مشارکت و کار تیمی و ارتباطات بین شخصی مورد تأکید است (Wallach 1983). لین از این مدل برای اثر گذاری مدیر نمودند در سازمان‌ها استفاده کرده و جویشگر شد که فرهنگ حمایتی و نوآورانه بیشتر تأثیر را بر اقدامات توسعی داشت دارند (Lin 2008).

پیلیا در پژوهش خود در مورد وضعیت فرهنگ سازمانی برای مدیریت دانش، مهم‌ترین شاخص‌های خود را وجود یک فرهنگ حمایتی، تشویقی و پژوهش‌ها، تأکید ارزش‌ها و اهداف بر توزیع و تسهیم دانش، مدیریت دانش و ظرفیت هر کس بودن، تأکید بر دانش همه افراد، و غالباً آن‌ها بر این تصور که مدیریت دانش فقط وظیفه یک بخش خاص است، قرار داد و متوجه شد که و موردهای دیگر از ترجیحات را دارند و در این‌ها که بیشترین موانع فرهنگی برای مدیریت دانش به ترتیب وجود سیلوهای عملیاتی، کمبود معرفی‌ها برای تسهیم دانش، کمبود مشارکت افراد در امور، عدم توجه به نمودار دانش به‌عنوان یک کار روزانه و هم‌سازی، عدم تامین به تسهیل دانش، کمبود آموزش، و کمبود اعتماد هستند (Pillania 2006).

دانیوس نیز در پژوهش‌های خود را، جهت تعیین عوامل و متوسط که هر یک از منابع کار در کار (توانمندسازی کارمندان و تیم‌سازی و توسعه قابلیت‌ها) تأکید بر سازگاری- ثبات- یکپارچگی، ابزار بزرگی و پاسخ دهی به تغییرات

در سازمان‌ها و پروان‌سازمان‌ها، و درک واضح و شفاف از رساله‌سازمان (Denison 2006). لازم و لی نیز در پژوهش خود به معرفی سفرهنگ کارآفرینانه (فرهنگی پویا به‌همراه خطرپذیری، دستیابی به هدف (تأکید بر وظایف و تکمیل موفقیت آمیز آنها و اقدامات رقابت‌ی)، و حرکت آرام (تأکید بر حالتی رسی و اختلافات) اشاره داشتند و در نتیجه‌که فرهنگ کارآفرینانه در پیاده‌سازی هرچه بهتر مدیریت دانش تأثیر بیشتری دارد (Lai and Lee 2007).

چاکرب و رود در پژوهش خود موجه شدند که رابطه متغیری میان فرهنگ سازمانی (با شاخص‌های هم‌جوار تحلیل تعارض، مدیریت فرهنگ، شرتو محوری، تفاوت با تغییر مشاور و کارآفرینان و پرداخت هدف) نوبت به منابع انسانی، هویت سازمانی، مکان اختیار و انتخاب سازمانی، سیاست مدیریت، منابع سازمانی، عملکرد محوری، تشویق محوری و ساختار وظیفه) و تسهیم اطلاعات و رابطه متغیری میان فرهنگ سازمانی و تمایل به جایگزینی و رابطه متغیری از دست داده که تسهیم اطلاعات نقش تعیین کننده‌ای در نوع رابطه میان فرهنگ سازمانی و تمایل به جایگزینی دارد (Jacobs and Roodt 2011).

پژوهشگران در این پژوهش در تحقیقات هرچه دانش صریح‌تر شود، تأثیر فرهنگ بر توزیع دانش کمتر می‌شود. در این پژوهش، شاخص‌های معرفی شده برای ارزیابی عبارت بودند از: توأم‌سازی کارکنان گروه‌ها و گروه‌های گروهی و فردی، نظام‌های تشخیصی، حضور بی‌پرده خطا، اعتماد و هواد دولت‌های و مشاورک، خطرپذیری تعلیم و تربیت، تغییرات، پایداری ترجیحات، ارتباط فرد و کارمندان (Girdauskien and Savanëvičienė 2007).

برون سازمانی، پادگانی مستمر و بازاری محوری می‌داند (Serrat 2008). کمرون و کوئین فرهنگ‌ها ارزش‌های محوری، فضای، تفسیرها، و رویکردهای موجود در یک سازمان می‌دانند و چارچوب‌برای فرهنگ‌سازمانی نیز معرفی کرده‌اند که چهار نوع فرهنگ سلسله‌مراتبی، بازاری، طبقه‌ای، و زیر (تخصصی) است (Cameron and Quinn 1998).

در جدول ۲، سعی شده است که طبق صورت گرفته شاخص‌های مختلفی از ابعاد مختلف فرهنگ سازمانی مشخص شوند.

جدول ۲: شاخص‌های فرهنگ سازمانی (جمع‌آوری توسط پژوهنگان)

<table>
<thead>
<tr>
<th>شاخص‌های فرهنگ سازمانی</th>
<th>میل به نظم</th>
<th>فرد و اقدارگزاری</th>
<th>تحلیل و کنترل مستمر خروجی‌های قابل پیش‌بینی</th>
<th>وجود اعتماد متقابل بین مدیریت و اعضای اجتماع</th>
<th>ارتباطات صادقانه</th>
<th>تمایل به توام‌سازی کارکنان</th>
<th>انجام کارها به صورت تیمی</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>میل به نظر</td>
<td>تأکید بر طراحی و آزمون ایده‌ها و مفاهیم جدید</td>
<td>تأکید بر ارائه چشم‌اندازهای قابل پیش‌بینی</td>
<td>تأکید بر تکیه و تصمیم‌گیری به اهداف</td>
<td>تأکید بر تصمیم‌گیری و اجرای مشابه</td>
<td>تأکید بر ارائه چشم‌اندازهای قابل پیش‌بینی</td>
<td>تأکید بر اینکه کارها به صورت تیمی انجام می‌یابد</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

Cameron and Quinn 1998; Gray and Densten 2005; Girdauskiené and Savanevičienė 2007; Chang and Lin 2007

سؤال ۲: شاخص‌های اصلی فرهنگ سازمانی جهت توزیع و انتقال و اشتراک دانش در

زنجبیل تأمین کدامند؟

۲-۳ فرهنگ زنجبیل تأمین

یکی دیگر از ابعاد مؤثر بر مدیریت دانش در زنجبیل تأمین، نوع فرهنگ موجود در داخل زنجبیل است که با توجه به مطالعات صورت گرفته توسط پژوهشگران، پژوهش خاصی در این زمینه مشاهده نشده است و فقط به صورت غیرمستقیم در برخی از پژوهش‌ها، شاخص‌های را می‌توان بافت که پژوهشگران آنها را در قالب نوع فرهنگ موجود در مبانی اعضای زنجبیل مطرح نموده‌اند.

در داخل هر زنجبیل، مجموعه‌ای از کسب‌وکارها وجود دارد که همگی باید طبق هدف اصلی مدیریت زنجبیل فعالیت کنند (Chopra and Meindl 2007). بنابراین، این سطح مفهوم

1. outward orientation 2. Hierarchy 3. Clan 4. adhocracy
1. collaborative experience
2. learning orientation
3. innovativeness orientation
4. entrepreneurial orientation
جدول 3: شاخص‌های فرهنگ جهت توزیع و انتقال و اشتراک دانش در زنجیره تأمین

<table>
<thead>
<tr>
<th>شاخص‌های فرهنگ</th>
<th>شاخص‌های فرهنگ</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Li 2007, b; Sambasivan, Loke, and Abdin-Mohamed 2009; Vaccarro, Parente, and Veloso 2010</td>
<td>تأکید بر همکاری، مشارکت و تعهد اعضای زنجیره نسبت به هم</td>
</tr>
<tr>
<td>Li 2007, b; Sambasivan, Loke, and Abdin-Mohamed 2009; Vaccarro, Parente, and Veloso 2010</td>
<td>تأکید بر روابط مثبت بر اعتقاد و برد-برد</td>
</tr>
<tr>
<td>Li 2007, b; Sambasivan, Loke, and Abdin-Mohamed 2009</td>
<td>وجود چشماندازها و اهداف مشترک در میان اعضای زنجیره</td>
</tr>
<tr>
<td>Hult, Ketchen, and Arrfelt 2007; Sambasivan, Loke, and Abdin-Mohamed 2009</td>
<td>تأکید بر پایداری اعضا از طریق توزیع دانش در میان خود</td>
</tr>
</tbody>
</table>

سوال 3: شاخص‌های اصلی فرهنگ جهت توزیع و انتقال و اشتراک دانش در زنجیره تأمین کدامند؟

زنجیره تأمین شامل تمام مراحلی است که به‌طور مستقیم و با غیرمستقیم در تحقق نیازهای مشتری مشارکت دارد. (Chopra and Meindl 2007) زنجیره تأمین کننده‌گان اولیه خواهد بود. در این زنجیره، همچنین عمده اطلاعات و فیزیکی و پولی در انتقال است (Nurmilaakso 2007). هدف اصلی زنجیره تأمین را می‌توان دستیابی به بیشترین ارزش برای مشتری دانست. (Chopra and Meindl 2007)

برای اجرای عامل‌هایی با گذشت زمان روز به روز به صورت سیستمی و معنی‌دار توجه قرار می‌گیرند. این ایده به عنوان استر که از ارزیابی عملکرد زنجیره تأمین در گذشته بیشتر می‌باشد. هزینه‌های کارایی، سودمحوری، دوره‌های زمانی که نهاد مدیریت شاخص‌های مجزا می‌بودند و دیدگاهی که با رقابتی شناخته می‌شود، روش‌های حاصل ارزیابی عملکرد فرهنگ تأمین مطرح شده است. که از آن جمله می‌توان به ارزش محوری، مشتری محوری، دوره‌های زمانی برمباد می‌شود، و استفاده از مجموعه شاخص‌های گروهی برای ارزیابی اشکال کرد (McCormack, Ladeira, and Valadares de Oliveira 2008).

اداره گرای عملکرد زنجیره تأمین می‌تواند به حصول دستاوردهای مناسب ارائه‌گرایی اعضا، بهبود همکاری، حل مسائل مدیریت، اطمینان اطلاعات، و باید خروج مورد نظر کمک نماید (Beamont 1996; Brewer and Sphe 2000; Bullinger, Kuhner, and Hoof 2002; Gunasekaran et al. 2004 ; Holmberg 2000; Morash 2001; Otto and Kotzab 2003; Tan, Lyman, and Wisner 2002).

سیدناصری چندبندی جهت تأمین از فرهنگ زندگی و ... شریعت نیک آبادی و دیگران
شناسایی نواحی بهبود در داخل نظام و تعيين اينکه آيا مسير فعاليت ها ادامه بييدا گهان با اينکه بهطور كلي، مي توان از يك مدل عملکرد زنجيره تايم را اقديم جهت بهبود ارتقئى (Bond, 1999) با هدف توليد محصول با هزینه كمتر و تحويل بهموقم محصول به مشتری و افزایش رضایت مشتری دانست (Chopra and Meindl, 2007). در اين پژوهش، شناخت هاي عملکرد زنجيره تايم به دو دسته مالي و غيرمالي تقسيم بندی شده، كه جدول 4 شناخت ها مورد نظر را نشان مي دهد.

جدول 4. شناخت هاي عملکردی زنجیره تايم

<table>
<thead>
<tr>
<th>شناخت ارزابي</th>
<th>اعمال عملکرد</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>(Bhagwat and Sharma 2007; Bechtel and Jayaram 1997; Xu, Li, and Wu 2009)</td>
<td>نزدیکی بازگشت سرمایه</td>
</tr>
<tr>
<td>(Bhagwat and Sharma 2007)</td>
<td>كارایی فرايند تحویل محصول</td>
</tr>
<tr>
<td>(Bhagwat and Sharma 2007)</td>
<td>هزینه تکل‌د و جانبه اطلاعات</td>
</tr>
<tr>
<td>(Bechtel and Jayaram 1997; Bhagwat and Sharma 2007)</td>
<td>هزینه هزینه ساعت تولید و عملیات</td>
</tr>
<tr>
<td>(Lai, Ngai, and Cheng 2002; Bhagwat and Sharma 2007; Kannan and Choon 2005; Davis 1993)</td>
<td>مدته زمان پاسخ‌دهي به تقاضای مشتریان</td>
</tr>
<tr>
<td>(Mabert and Venkataramanan 1998; Davis 1993; Holmberg 2000; Xu, Li, and Wu 2009; Cai et al 2009)</td>
<td>مدته زمان تحویل محصول به مشتری</td>
</tr>
<tr>
<td>(Mabert and Venkataramanan 1998; Bhagwat and Sharma 2007; Kannan and Choon 2005; Cai et al 2009)</td>
<td>کيفيت كالاهاي تحویل داده شده به مشتری</td>
</tr>
<tr>
<td>(Holmberg 2000; Bhagwat and Sharma 2007; Xu, Li, and Wu 2009)</td>
<td>مدته زمان ارسال ضافش از طرف تايم کننده یا توجه به نوع صنعت</td>
</tr>
<tr>
<td>(Mabert and Venkataramanan 1998; Kannan and Choon 2005)</td>
<td>شناسایی و تعیین نیازهای آینده مشتریان</td>
</tr>
<tr>
<td>(Kim 2007; Bhagwat and Sharma 2007; Kannan and Choon 2005)</td>
<td>نوآوری تايم کننده جهت کاهش هزینه‌ها</td>
</tr>
<tr>
<td>(Bhagwat and Sharma 2007, Kannan and Choon 2005; Graham et al. 1994; Maloni and Benton 1997)</td>
<td>همکاری تايم کننده جهت حل مشکلات فنی</td>
</tr>
<tr>
<td>(Bhagwat and Sharma 2007)</td>
<td>نوآوری تايم کننده جهت باسکرمايي به مشکلات كيي</td>
</tr>
</tbody>
</table>

سوال 4: شناخت های اصلی عملکردی زنجیره تايم کدامند؟

1. delivery performance
2. delivery lead time
3. supplier lead time
ساختار چندبعده چه تیپ از فرهنگ سازمانی و .../ فلسفی نگاه آیدی و دیگران

3. روش پژوهش

1-3. ساختار چندبعده

یکی از قوی‌ترین و مناسب‌ترین روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌ها در مجموعه پژوهش‌های علم انسانی و علوم اجتماعی و علوم رفتاری، تجزیه و تحلیل چندمتغیره است. در این روش، از ساختارهای چندبعده برای ارائه مدل‌های پیشنهادی خود استفاده می‌کنند. ساختاری را که شامل تعدادی از ویژگی‌های مرتبط با هم است و در جوامع چندبعده وجود دارد، ساختار چندبعده می‌نامند و در مقایسه با مجموعه‌ای از ساختارهای یک‌بعدی مربوط به باعث ایجاد ساختار چندبعده می‌تواند با یک ساختار کلی مشخص شود. (Law, Wong, and Mobley 1998). اما باید هم‌چنین به یاد داشت که در مدل‌های ساختاری چندبعده نخست، ساختارهای یک‌بعدی و ابعادشان را در یک مدل یکسان گنجانند. دوم اینکه برای فرضیه‌های مربوط به مسیر ارتباطی بین ساختار چندبعده و ابعادشان یا دربر گیرد و سوم اینکه تحلیل‌ها باید به بررسی قوت و تغییر پایانه ارتباطات بین ساختار چندبعده و ابعادشان پردازند (Edwards 2001).

2-3. ساختار چندبعده پژوهش

پژوهش قبلاً به اینکه در داخل هر زنجیره مجموعه‌ای از کسب‌وکارها وجود دارد که همگی طبق هدف اصلی مدیریت زنجیره فعالیت می‌کنند (Chopra and Meindl 2007)، این سطح سنتیقاً با توجه به اهداف و فرهنگی که برای خود تعیین می‌کند، می‌تواند بر فرهنگ کسب و کارها زیرمجموعه‌ای از زنجیره بپیازد. از طرفی دیگر، هم طبق مروز صورت گرفته در ادبیات، فرهنگ برحوزنی دانش ارگانیزه‌ای نحوه بود و توزیع دانش نیز بر نوع عملکرد مؤثر خواهد بود. بنابراین به توضیحات ارائه‌شده و شرایط لازم برای ساختارهای چندبعده، ساختار چندبعده پژوهش به صورت زیر ترسیم می‌شود:

[دیگر نوشته‌های مربوط به ساختار چندبعده پژوهش]

شکل 1. ساختار چندبعده پژوهش
3-3. مفهوم و فرضیه‌های پژوهش

با توجه به ساختار جنبه‌های شکل 1، می‌توان شاخص‌های مربوط به فهرشگ زنجیره تأمین را به عنوان متغیر مستقل، شاخص‌های مربوط به فهرشگ سازمانی و توزیع دانش در زنجیره را به عنوان متغیرهای وابسته، و شاخص‌های عملکرد مالی و غیرمالی را متغیرهای وابسته پژوهش معرفی نمود.

بانراین، می‌توان فرضیه‌های پژوهش را به‌صورت زیر بیان نمود:

فرضیه 1: فهرشگ زنجیره تأمین، تأثیر معنی‌داری بر فهرشگ سازمانی دارد.
فرضیه 2: فهرشگ زنجیره تأمین، تأثیر معنی‌داری بر توزیع دانش در زنجیره دارد.
فرضیه 3: فهرشگ سازمانی، تأثیر معنی‌داری بر توزیع دانش در زنجیره دارد.
فرضیه 4: توزیع دانش در زنجیره، تأثیر معنی‌داری بر عملکرد مالی زنجیره تأمین دارد.
فرضیه 5: توزیع دانش در زنجیره، تأثیر معنی‌داری بر عملکرد غیرمالی زنجیره تأمین دارد.

3-4. روشهای پژوهش

این پژوهش از پاسخ‌های تامینی، کاربردی و از منظر متغیر، شامل متغیرهای کیفی است و در دسته پژوهش‌های توصیفی- علی قرار می‌گیرد و به‌صورت پیمایشی انجام می‌شود. ایزرا مورد استفاده در این پژوهش، پرسشنامه‌های براساس طیف وریز نیای‌لیکرت است و قلمرو مکانی پژوهش شامل مجموعه شرکت‌های تولید کننده، تأمین کننده، و ارائه‌کننده خدمات پس از فروش (در لاویه‌های اول از زنجیره تأمین) در صنعت خودروسازی ایران و قلمرو زمینه پژوهش نیز سال‌های ۱۳۹۹ تا ۱۳۹۰ است.

3-5. جامعه و نمونه آماری

با توجه به اینکه واحدهای تجزیه و تحلیل این پژوهش، زنجیره تأمین صنعت خودروسازی است، جامعه آماری از میان شرکت‌های فعال در زنجیره تأمین صنعت خودروسازی و شامل کارشناسان و همکاران از مجموعه صنایع زنجیره تأمین صنعت خودروسازی و کارشناسان و متخصصان که در این صنعت، جامعه آماری پژوهش را تشکیل می‌دهند، از دور افرادی که دستکم سال سابقه کار در زمینه مدیریت صنعت زنجیره تأمین صنعت خودروسازی دارند و دستکم یک روزگار از صبح صبحگاهی (کارشناسی و بالاتر) در رشته‌های فنی، مدیریت، اقتصاد باشند؛
سایه‌های مقاومت و بازگشت نداشتند که از دست آورده‌اند. این روش‌ها به عنوان صدها پنجمین سالگرد دورنمایی شدند. در حالی که البته نمی‌توانند باعث آمارسازی شوند، اما به‌طور کلی باعث شده‌اند که این روش‌ها را بهتر تعریف نمایند.
4. بافقه‌های پژوهش

4-1. بافقه‌های توصیفی پژوهش

طبق اطلاعات جمعیت شناختی به‌دست‌آمده از پرسشنامه‌ها، 51 درصد افراد دارای تحقیقات تکمیلی هستند و 90 درصد آنها نیز دارای سابقه کاری بیش از 5 سال فعالیت در زنجیره تأمین صنعت خودرو هستند (حدود 18 درصد از پاسخ‌دهندگان سابقه کاری بیش از 15 سال را داشتند).

از میان 130 پرسشنامه توزیع شده، 120 پاسخنامه دریافت شد و فقط 115 پاسخنامه بخصص کامل تکمیل شده بود (نرخ پاسخ 86 درصد بود). 75 پرسشنامه به زنجیره تأمین شرکت ایران خودرو و 40 پرسشنامه به زنجیره تأمین شرکت سابا تعلق داشت.

4-2. بافقه‌های استنباطی پژوهش

4-2-1. بررسی شاخص‌های نمونه‌گیری و تحلیل عاملی تأییدی

تحلیل عاملی با استفاده از ابزار ایجاد یک مجموعه جدید از متغیرهای اصلی را در تعداد کمتری از این متغیرها ایجاد می‌کند، ارائه‌ی می‌دهد (Kline 1998). در این روش، مسائل مرتبی با تعداد زیاد متغیرها و یا استاندارد وسایل میان آنها می‌توانند به‌طور اساسی توسط جایگزینی متغیرهای جدید کاهش یابند.

در این پژوهش، هدف از به‌کارگیری تحلیل عاملی، کاهش مولفه‌های ابتدای موجود در پژوهش، جهت رعایای مؤلفه‌هاي با اهميت باند دیگر است. شاخص هایی که دارای بار عاملی کمتر از 0/4 باشند، شاخص‌هایی با کمترین اهمیت برای ساختار جدید پژوهش هستند (حاجی‌زاده و رحیمی 1389). پس از انجام تحلیل عاملی، باید آزمون KMO (مقادیر مناسب باید برای این شاخص را بالای 0/6 می‌داند).

با توجه به اطلاعات جدول 5، می‌توان می‌تواند شک که کدام‌یک از شاخص‌های موجود در پژوهش مورد تأیید قرار گرفته است. همچنین، میزان پایایی برای هر بعد به‌صورت مجزا محاسبه شده است و از آنجا که همگی بالای 7/0 هستند، می‌توان یا پایایی پژوهش را مورد تایید قرار داد. همچنین، کفت‌نامه نمونه‌گیری نیز مورد تایید قرار گرفته است.
جدول 5. تحلیل‌های استنباطی ساختار جدیدی پژوهش

<table>
<thead>
<tr>
<th>اباده</th>
<th>مؤلفه‌ها</th>
<th>تأیید با درد مؤلفه</th>
<th>آنالیز Cronbach</th>
<th>KMO</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>وجود فرهنگ قومی و باید جهت تسویه اطلاعات و پذیرش مشاوره</td>
<td>بررسی روندهای مختلف در بایز و زنجیره</td>
<td>0.77</td>
<td>تأیید</td>
<td>0.82</td>
</tr>
<tr>
<td>وجود ابرازها، شیکه‌های ارتباطی و نظام‌های اطلاعاتی مناسب و مرتب باید تسویه اطلاعات در میان اعضای زنجیره</td>
<td>بایز و زنجیره</td>
<td>0.72</td>
<td>تأیید</td>
<td>0.87</td>
</tr>
<tr>
<td>اباده‌گره‌های غیرمستقل و شیکه‌های سال‌های نجومی فرهنگدار کیفیت</td>
<td>بهرهبرداری در فرهنگ‌های انگلیسی و شیکه‌های سال‌های نجومی فرهنگدار کیفیت</td>
<td>0.73</td>
<td>تأیید</td>
<td>0.84</td>
</tr>
<tr>
<td>اشتراک اطلاعات و تغییرات با تأتم کننگان و اعضای لجستیک</td>
<td>تشکیل و حمایت مدرک در اشتراک و تسهیم دانش و اطلاعات</td>
<td>0.57</td>
<td>تأیید</td>
<td>0.87</td>
</tr>
<tr>
<td>استفاده و برقراری پایگاه‌های داده و ذخیره دانش مفتاح جهت بهره‌مند کیفیت فرآیند</td>
<td>دانش مفتاح جهت بهره‌مند کیفیت فرآیند</td>
<td>0.56</td>
<td>تأیید</td>
<td>0.71</td>
</tr>
<tr>
<td>وجود اطلاعات سازمانی در توزیع بیان مدل‌پرکن‌ان</td>
<td>وجود اطلاعات سازمانی در توزیع بیان مدل‌پرکن‌ان</td>
<td>0.72</td>
<td>تأیید</td>
<td>0.49</td>
</tr>
<tr>
<td>تأکید بر همکاری مشترک و هم‌عهد اعضاء مدل‌پرکن‌ان</td>
<td>تأکید بر همکاری مشترک و هم‌عهد اعضاء مدل‌پرکن‌ان</td>
<td>0.55</td>
<td>تأیید</td>
<td>0.35</td>
</tr>
<tr>
<td>تأکید بر روابط منبت بر اعتماد و برد-برد</td>
<td>تأکید بر روابط منبت بر اعتماد و برد-برد</td>
<td>0.19</td>
<td>تأیید</td>
<td>0.89</td>
</tr>
<tr>
<td>وجود پایگاه‌های اراضی اعضای اعضا</td>
<td>وجود پایگاه‌های اراضی اعضای اعضا</td>
<td>0.15</td>
<td>رد</td>
<td>0.81</td>
</tr>
<tr>
<td>تأکید بر پایگاه‌های اراضی اعضا از طریق توزیع دانش در میان اعضای مدل‌پرکن‌ان</td>
<td>تأکید بر پایگاه‌های اراضی اعضا از طریق توزیع دانش در میان اعضای مدل‌پرکن‌ان</td>
<td>0.75</td>
<td>تأیید</td>
<td>0.88</td>
</tr>
<tr>
<td>فعالیت</td>
<td>تأیید</td>
<td>نتیجه‌گیری</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>-------------------------------</td>
<td>-------</td>
<td>------------</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>وجود اعتماد متقابل بین مدیریت و اعضا</td>
<td>0.76</td>
<td>43%</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>احترام و ارتباطات صادقانه</td>
<td>0.77</td>
<td>41%</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>تمایل به توام‌مدت‌سازی کارکنان</td>
<td>0.79</td>
<td>38%</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>انجام کارها به صورت تیمی</td>
<td>0.75</td>
<td>33%</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>میل به نوآوری و انجام تغییرات</td>
<td>0.73</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>تأکید بر طراحی و آزمون ایده‌ها و مفاهیم جدید</td>
<td>0.76</td>
<td>32%</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>تأکید بر ارائه شیوه‌های جدید</td>
<td>0.71</td>
<td>28%</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>تأکید بر تکمیل وظایف و دستیابی به هدافت</td>
<td>0.71</td>
<td>27%</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>توجه به وقت و پی مشورت</td>
<td>0.70</td>
<td>26%</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>توجه به بازخوردهای ناگهانی</td>
<td>0.70</td>
<td>26%</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>فعالیت</th>
<th>تأیید</th>
<th>نتیجه‌گیری</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>تأکید بر معیارهای سودمحور</td>
<td>0.77</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>کارایی فرانت تحويل محصول</td>
<td>0.73</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>هزینه نمایند و جابجایی اطلاعات</td>
<td>0.70</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>هزینه سپرده تولید و عملیات</td>
<td>0.74</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>فعالیت</th>
<th>تأیید</th>
<th>نتیجه‌گیری</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>مدت زمان پاسخدهی به تقاضای مشتری</td>
<td>0.73</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>مدت زمان تحويل محصول به مشتری</td>
<td>0.75</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>کلیه کالاهای تحولی داده‌شده به مشتری</td>
<td>0.73</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>مدت زمان ارسال مفهوم از طرف تأمین کننده با توجه به نوع صنعت</td>
<td>0.70</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>شناسایی و تعیین نیازهای اینده مشتری</td>
<td>0.71</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>ناوری تأمین کننده جهت کاهش هزینه‌ها</td>
<td>0.70</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>همکاری تأمین کننده جهت حل مشکلات فنی</td>
<td>0.70</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

بنابراین، در این پژوهش، X2=df<4 (Hu and Bentler 1995); RMSEA<=0.06 (Hu and Bentler 1995); GFI & AGFI>=0.9 (Chi-Rahmani 2009) در شرایط و دو گروه با توجه به اطلاعات جدول 5 می‌توان مشخص کرد که کدام یک از شاخص‌ها در هر گروه از ابعاد، دارای بیشترین همبستگی و مورد تایید قرار گرفته‌اند (جواب به سوالات، شماره 120)
پژوهش. همچنین، با توجه به اینکه شاخص‌های مختلف برای پرداختن مدل ساده‌تر مقدار مطلوب آنها مناسب است، می‌توان نتیجه گرفت که ساختمان چندبعدی این پژوهش، از پرداختن مناسبی در صنعت خودروسازی برخوردار است و روانی سازه پژوهش مورد تایید قرار خواهد گرفت.

4-3-4. ارزیابی عدم وجود همبسته بین متغیرهای موجود در مدل ساختاری پژوهش

قبل از ورود به تحلیل مسیر، باید عدم وجود همبسته بین متغیرهای موجود در مدل ساختاری را مورد تایید قرار داد. از آنجا که توزیع دانش تحت تأثیر دو متغیر فرهنگ سازمانی و فرهنگ زنجیره نامناسب است، متغیرهای عملاک‌گری زنجیره تأثیر نیز تحت تأثیر سه متغیر فرهنگ زنجیره و فرهنگ سازمانی و توزیع دانش هستند. از آنجا که بایش از یک متغیر بر متغیر بعدی در مدل تأثیر می‌گذارد، موظف به بررسی همبسته بین متغیرهای اثر گذار در ساختار چندبعدی هستیم. برای این منظور، از شاخص‌های تورم واریانس (کوکچرک - مساوی با 10) و تلورانس (بالاتر از 0.5) استفاده می‌کنیم. (Hair et al. 1995).

جدول 6. بررسی عدم همبسته بین متغیرهای موجود در ساختار چندبعدی پژوهش

<table>
<thead>
<tr>
<th>متغیر</th>
<th>تلورانس</th>
<th>تورم واریانس</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>فرهنگ زنجیره تأثیر</td>
<td>0.427</td>
<td>1.387</td>
</tr>
<tr>
<td>فرهنگ سازمانی</td>
<td>0.587</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>توزیع و اشتراک و انتقال دانش</td>
<td>0.562</td>
<td>1.679</td>
</tr>
</tbody>
</table>

با توجه به جدول 6، از آنجا که شرط‌های بیان شده برقرار است، پس امکان تحلیل مسیر وجود خواهد داشت.

4-4-4. تحلیل مسیر

بعد از بررسی عدم وجود همبسته، از تحلیل مسیر، برای بررسی و تایید وجود رابطه علیه بین متغیرها (بررسی فرضیه) استفاده شده است. با استفاده از این فن، میزان اثر گذاری هر یک از متغیرهای اثر گذار بر دیگر متغیرها، طبق مدل ساختاری پژوهش، مشخص خواهد شد. جدول 7 تأثیرات مستقیم و غیر مستقیم موجود در ساختار چندبعدی پژوهش را نشان می‌دهد (متغیرهای اثر گذار در ستون و متغیرهای تأثیرگذار در ردیف آمدهاند).

1. Variance Inflation Factor (VIF)
پایه جهت به نتایج موجود در جدول ۷، می‌توان نتیجه گرفت که فرضیه‌های پژوهش مورد تأیید قرار گرفته‌اند. اما در میان این فرضیه‌ها، کمترین معنا داری مربوط به فرضیه تأثیر گذاری فرهنگ زنجبیر به توزیع و اشتراک و انتقال دانش در زنجبیر تأثیم است. چرا که تأثیر مستقیم فرهنگ زنجبیر به توزیع و اشتراک و انتقال دانش در زنجبیر تأثیم بسیار کم است (حدود ۱۸ درصد).

جدول ۷ تأثیر مستقیم و غیرمستقیم در میان ابست مختلف: مطالعه پژوهشی (با اطلاعات ۵۰ درصد)

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>فرهنگ زنجبره تأثیم</th>
<th>فرهنگ نامناسب</th>
<th>توزیع و اشتراک و انتقال دانش</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>تأثیر مستقیم کل</td>
<td>۰.۰۸۴</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>تأثیر مستقیم غیرمستقیم کل</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>توزیع و اشتراک و انتقال دانش</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>علمکرد مالی</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>علمکرد غیرمالی</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

۵. بحث و نتیجه‌گیری

هدف اصلی پژوهش، ارائه ساختاری جنبهی جهت تئیین ارتقای ارگانی از نوع فرهنگ بر توزیع دانش در زنجبیر تأثیم صنع خودرو است. تحلیل عاملی پژوهش نشان داد که سواد شاخص‌های توزیع دانش در زنجبیر دارای اهمیت هستند. اما در این میان، دو شاخص وجود ارزارها، شکل‌های ارتباطی، و نظام‌های اطلاعاتی مناسب و مرتبط جهت بهبود ارتباطات و تعمیق اطلاعات در میان اعضای زنجبیر و وجود ارتباطات نامناسب مانند رابطه بین اعضای زنجبیر و وجود ارتباطات نامناسب در میان اعضای زنجبیر شناخت و اشکال توزیع دانش در زنجبیر تأثیم صنع خودرو محسوب می‌شود. یافته‌ها نشان می‌دهد که عامل "ارتباطات" چه در داخل شرکت و چه در میان اعضای زنجبیر تأثیر مثبت را دارد و همچنین عامل "ارتباطات" چه در داخل شرکت و چه در میان اعضای زنجبیر تأثیر مثبت را دارد. در این پژوهش، با توجه به مطالعات فاواست و همکاران (۲۰۰۷) توانستند نشان دهیم که عامل ارتباطات، نسبت به عامل تبلات در توزیع دانش در زنجبیر تأثیم، اهمیت بیشتری دارد.
در میان شاخص‌های مطرح‌شده برای فرهنگ سازمانی، شاخص‌های قدرت و اقدارگرایی، تحمل، و کنترل مستمر خروج‌های قابل پیش‌بینی و تأکید بر وظایف و دستیابی به اهداف، کمترین اهمیت را در میان دیگر شاخص‌ها دارد. این موارد نشان می‌دهد که وجود عواملی که باعث ایجاد یک رابطه باشته با بازیابی و سازگاری برمی‌گردد و در رابطه با ارتباطات و آزادی عمل فرد در انجام امور مهندسی (Denison 2006، Pillania 2006 (Pillania 2006، Lin 2006)) و معنادیدویل (فرهنگی‌بازی و اجتماعی و تنش‌های نسبت به شاخص‌های فرهنگی و سنت‌گیری‌های طرف و یا ساده مارکب، در توزیع دانش اهمیت بیشتری دارد.

در مورد معیارهای عمکری، معیارهای غیرمایلی از اهمیت بیشتری نسبت به معیارهای مالی برخوردارند. نتایج توجه این امر نشان داد که معیارهای بالای سطح در عمکدر زنجیره تأمین مرتبط با معیارهای کیفی سازمانی (کیفیت کالاهای تحویل داده‌شده به مشتری و توانایی تأمین کننده جهت پاسخ‌گویی به مشکلات کلی) می‌باشد. همین امر نشان می‌دهد که گزارش‌های صحت و واقع‌نامه که انتقال و اشکال و توزیع دانش در یک بستر فرهنگی دانش محور در میان اعضای زنجیره و در داخل سازمان می‌تواند، بیشتر از همه به ارتباط کیفیت کمک‌کننده و در نهایت، همین امر می‌تواند منجر به ارتقای محصولات در بازار و در نهایت، رضایت هر چند مشتری شود.

نتایج تحلیل می‌نماید که فرهنگ زنجیره بیشترین تأثیر توسط را بر رفاه سازمانی خواهد گذاشته. همیشه امکان نشان می‌دهد که نوع فرهنگ سازمانی از نوع فرهنگ که در میان اعضای زنجیره وجود دارد، تجربه و پرورش می‌گردد. این امر فرهنگ سازمانی است که بیشترین تأثیر را بر توزیع و انتقال و اشکال دانش در میان اعضای زنجیره دارد. بنابراین، باید با سرمایه‌گذاری هر چه برای مؤلفه‌های کلیدی در فرهنگ زنجیره تأمین، فرهنگ سازمانی را ارتقای داد تا این طریق توانایی توزیع دانش را در زنجیره بهبود بخشید.

نتایج نشان داد که در پژوهش جلب توجه می‌کنند این امکانات ساختار جدیدی پژوهش برای ارتباط بین بیانات مختلف فرهنگی با توزیع دانش، بیشترین اثرگذاری را بر عملکرد غیرمالی، بیشترین شاخص‌های کلیدی در زنجیره دارد. همین امر نشان دهنده این است که توزیع هر چه بهتر دانش در میان اعضای زنجیره می‌تواند عوامل مرتبط با موضوع کیفیت را در میان اعضای زنجیره بهبود دهد.


Li, Y. 2007. A research model for collaborative knowledge management practice, supply chain integration and performance, Dissertation, College of Graduate Studies, the University of Toledo.


Multidimensional Structure for Defining the Effect of Organizational Culture and Supply Chain Culture on Knowledge Sharing in Supply Chain of Automotive Industry: With Emphasis on Improving Supply Chain Performance

Mohsen Shafiei Nikabadi*
Assistant Professor of Industrial Management Department, Semnan University

Kamran Feizi
Professor of Industrial Management Department, Allame Tabataba’i University

Laya Olfat
Associate Professor of Industrial Management Department, Allame Tabataba’i University

Mohammad Taghi Taghavi Fard
Assistant Professor of Industrial Management Department, Allame Tabataba’i University

Abstract: One of the key aspects of knowledge management is organizational culture. Finding an appropriate culture and key indicators for culture in implementation and execution of knowledge management are one of the most important matters in knowledge management implementation in any organization. So, the main purpose of this article was presenting a multidimensional structure for organizational culture and supply chain culture with the aim of effective knowledge sharing in supply chain of automotive industry of Iran. First, according to the literature review, key indicators for any dimension of multidimensional structure of the research were defined. Then, key indicators were revised, adjusted and modified by three industry experts and three college professors, so 4 questions and 5 hypotheses were offered. Next, that multidimensional structure has been assessed as a survey and cause-effect study in supply chains of Iran Khodro Company and Saipa Company. 115 industry professionals have participated in this study. In the research, after testing co-linearity between variables, relations between different dimensions of the multidimensional structure have been assessed with the help of path analysis. Research findings showed that the multidimensional structure introduced in this study had an appropriate fitness in automotive industry. The results of path analysis also showed that the culture of the supply chain has had the greatest impact of Business culture. On the other hand, business culture had a strong but indirect effect on supply chain performance. And finally, the greatest effect of knowledge sharing and transferring was on non-financial performance of supply chain.

Keywords: multidimensional structure, culture, knowledge sharing, performance, supply chain, automobile industry

*Corresponding author: mohsenshnaj@yahoo.com
1. kamfeizi@yahoo.com
2. layaolfat@gmail.com
3. dr.taghavifard@gmail.com