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

محسن شهبازی نیک آبادیً
گروه مدیریت صنعتی، دانشگاه صحنه
استاد
کامران فیضیً
گروه مدیریت صنعتی، دانشگاه علوم طبیعی
دانشگر
لیا افتگانً
گروه مدیریت صنعتی، دانشگاه علوم طبیعی
استاد
محمدرضا تقوی فردً
گروه مدیریت صنعتی، دانشگاه علوم طبیعی

چکیده: فرهنگ سازمانی یکی از جنبه‌های کلیدی در مدیریت دانش است و یافتن نوع فرهنگ مناسب و شاخص‌های کلیدی آن باعث پیشرفت‌های جدید در سازمان‌هاست. به‌عنوان هدف اصلی این پژوهش، ارائه ساختاری چندبعدی از فرهنگ سازمانی و فرهنگ زنجیره تأمین برای توپوزیع اخفاک دانش در زنجیره تأمین بوده است. در این پژوهش، ابتدا شاخص‌های کلیدی برای هریک از اعداد پژوهش، معنی‌دار، حساس، نسبی و صحابه‌ی توانایی و اصلاح قرار گرفت. نتیجه این کار این است که 5 و 6 عدد پژوهش بود. پس از آن، این ساختار چندبعدی (در قالب پژوهشی پیش‌پرس و بصورت علمی) در زنجیره تأمین در شرکت ایران خودرو و سایی و در میان 150 نفر از کارکنان صنعت خودروسازی مورد ارزیابی قرار گرفت. به ارزیابی عدد وجود همبستگی بین متغیرها با کمک تحلیل مسیر، در مورد اعداد مربوط به ساختار چندبعدی پژوهش مورد ارزیابی قرار گرفت. پایه‌گذاری پژوهش دانش که ساختار چندبعدی معرفی شده در این پژوهش، از بررسی متناسب در صنعت خودرو داشت. این تحلیل مسیر نشان داد که فرهنگ زنجیره تأمین بیشتر را بر فرهنگ سازمانی دانش و از طرفی هم، فرهنگ سازمانی بیشتری تأثیر خود را به صورت غیرمستقیم بر عملکرد زنجیره تأمین داشته و به‌نوازش اشtrak، انتقال دانش، بیشترین اثر را بر عملکرد غیرمالی زنجیره داشته است.

کلیدواژه‌ها: ساختار چندبعدی، فرهنگ، توپوزیع و اشtrak و انتقال دانش، عملکرد،
زنجیره تأمین، صنعت خودرو
1. مقدمه

دانش در بازه طولانی، مدت به عنوان منبع کلیدی برای سازمان‌ها در نظر گرفته شده و مدیریت مؤثر آن هم برای موفقیت امری ضروری است (Nevo و Chan 2007). تغییرات سریع دانش و وابستگی ویژه به مدیریت دانش را تا می‌توان در مورد وضعیت بانک پویاکه را مورد بحث قرار داد. پویایی دانش توسط عواملی همچون سرمایه‌گذاری در پژوهش‌ها، آموزش، توزع، خلاقیت، انتقال، تحول، و کاربرد دانش انجام می‌شود. پس می‌توان چنین بیان کرد که دلیل توجه فرآینده به مدیریت دانش، توزع و افزایش مجموعه عوامل موجود در پویایی دانش است (Batagan 2008) نوناکا و تاکچی‌چی شرکت‌های موفق را شرکت‌های می‌دانند که بطور پیوسته برای حل مسائل جدید و مهم، دانش جدید را کشف و با خلق کنند و این دانش را بصورتی هدفمند و نظام‌بندی و مناسب با اهداف تخصصی راهبردی در تمامی لایه‌ها و بخش‌های مختلف سازمان توزع دهند و به‌دنیال تبدیل آن به فناوری و محصولات جدید باشند. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که خلق و توزيع دانش در تمامی لایه‌های درون سازمانی و برون‌سازمانی امری اساسی به‌نظر می‌رسد (Nonaka و Takeuchi 1995).

پژوهش‌های متعادل در مورد رابطه فرهنگ سازمانی با مدیریت دانش و یا با عملکردهای کسب و کار صورت گرفته است، اما برای افسور پیشینه، پژوهش خاصی که به رابطه مؤثر انواع فرهنگ (فرهنگ سازمانی و فرهنگ زنجیره تأمین) بر فردان لازم دانش و در نهایت، رابطه این عوامل با عملکرد زنجیره تأمین اشاره داشته باشد، مداخله نشده است. از طرفی هم، فرهنگ زنجیره تأمین، سطحی بالاتری از فرهنگ درون‌سازمانی است که می‌تواند تأثیر بسزایی بر فرهنگ هر کسب و کار داشته باشد که اهمیت این امر هم در پژوهش‌های مراجعه‌شده در بر سرتیپ دانش مورد کم‌توجه قرار گرفته است.

بنابراین، مدل ساختاری ارائه‌شده در این پژوهش، می‌تواند جنبه نوآوری کار دانش‌سرایی که در این پژوهش، علاوه بر توجه به شاخص‌های مختلف فرهنگ سازمانی، به فرهنگ زنجیره تأمین و شاخص‌هایی که در نظر گرفته ارزش آن در زنجیره تأمین نشان دهنده می‌باشد است و پژوهشگران توانسته‌اند علاوه بر بررسی نوع رابطه انواع فرهنگ با هم، به تأثیر این بر توزیع دانش در زنجیره تأمین و در نهایت، رابطه ارگانیزاسیون توزیع دانش بر عملکرد زنجیره تأمین در صنعت خودروسازی پیردازد. همچنین، در این پژوهش، مجموعه کاملاً از شاخص‌هایی برای توزیع دانش در زنجیره تأمین گردآوری شده و در نهایت، در زنجیره تأمین صنعت خودروسازی مورد شناسایی و جریب و تعیین قرار گرفد.

1. knowledge dynamics
در ادامه پژوهش، ابتدا پژوهش‌های پیشین مرور می‌گردد، سپس روشهای پژوهش به‌صورت تفصیلی ارائه می‌شود. در بخش بعدی، یافته‌ها ارائه می‌شود و پس از آن، یافته‌ها مورد بحث و نتیجه‌گیری قرار می‌گیرند.

2. ادیب‌سازی پژوهش

یا توجه به هدف اصلی مقاله، ادیب‌سازی پژوهش به چهار بخش انتقال و اشتراک و توزیع دانش، فرهنگ سازمانی، فرهنگ زنجیره‌تأمی، و عملکرد زنجیره تأمین قسمی شده است.

1-1. انتقال و اشتراک و توزیع دانش

اشتراک دانش، شامل نسخه اطلاعات، ایده‌ها، پیشنهادات، و تخصص‌ها میان افراد یک سازمان است (Nayir and Uzuncarsili 2008) و اشاره به میزان اشتراک‌گذاری میان‌روند دانش در داخل مرزبندی‌های عملکردی و وظیفه‌ای دارد که هیچ‌یک توانمندی می‌تواند به‌صورت اساسی فرآیندهای کسب و کاری را تغییر دهد. اشتراک اطلاعات، نه‌تنها موجب تسهیل تعاملات میان وظیفه‌ای می‌شود، بلکه موجب تسهیل محتوایی به‌طور کلی میشود که در فرآیندهای سازمانی می‌گردد. همین امر، خود موجب مشترک و درک عمیقی از یک فرآیند به‌صورت جامعی می‌گردد (Liao, Chuang, and To 2010) پس از انتقال دانش بین‌شمار دانش‌داران نیز باید یک گروهی از کلکسیون‌های فرآیندهای کسب و کاری هستند که دانش‌ها را در میان اعضای یک سازمان و یا گروه‌های همکاری، منتقل و توزیع می‌کنند. در این مرحله‌ای، با توجه به بودن که دانش (Kongpichayanond 2009) توزیع‌شده به‌صورت مناسب، مفید، قابل تفسیر، و قابل درک ارائه شود (Nayir and Uzuncarsili 2009) کالاهای این توزیع‌شده می‌تواند مناسب و جایگزین برای توصیف کندن‌های فرآیندهای کسب و کاری هستند. در این راستا، به‌طوری که کالاهای غیررسمی می‌توانند فرآیند اجتماعی کردن دانش را تسهیل کنند و این نوع کالاهای برای سازمان‌های کوچک‌سایز می‌توانند مناسب است. درحالی که توزیع دانش از طریق کالاهای رسمی مانند آموزش‌ها، توزیع گسترش‌تری از دانش را تضمین می‌کند و برای دانش‌های مفهوم محور، نیازمند تخصص‌محور از سازمان‌های بزرگ، مناسبتر است (Sedera and Gable 2010).

فرآیندهای که در این دانش‌های نادرستی توزیع شده است، به عنوان یکی از بیشترین پیچیدگی‌های مورد نظر در سازمان‌های بزرگ مطرح می‌شود و این امر را می‌توان نمود بر ایجاد انگیزه، تقویت کارمندان، توانایی به اشتراک‌گذاری میان‌روند دانش، و توانایی یادگیری دانش از طرف دیگر، کنندهٔ دانش می‌دانند.

1. context-specific knowledge
(2008). In a study by Leibowitz and Chen (2001), the willingness to share information applications are highly integrated within the firm and cross-functional. In addition, the framework developed by Liao and Wu (2009) provides a comprehensive approach to understanding the willingness of employees to share information applications within the firm.


لین نیز در پژوهش‌های برای بررسی تاثیر تسهیل دانش، شاخه‌های همچنین توانایی مرور و پیش‌روی رسانی داده‌ها از طریق ابزارهای اطلاعاتی، استفاده از یک‌گاه‌های داده‌های متفاوت برای بهبود کیفیت فراپیاده‌ها و وجود مشوق‌هایی برای مبادله دانش و ترجمه و مبادله دانش واحدها باهم را معرفی کرده است (Lin 2008). ماسا و تستین نیز شاخص‌های آمادگی سازمان برای توسعه اطلاعات مربوط به بازار در داخل سازمان، توزیع دانش در حین انجام کار افتاده از ابزارهای نمایی برای تسهیل در ارتباطات، وجود فرهنگ بذل‌شیر مشاوره در سازمان، جهت‌های غیررسمی و شخصی در کار، ایجاد گروه‌های کاری، گروه‌های غیررسمی در زمینه از محیط کار، جلسات فروش و تولید، جرنش شغلی، وجود شیوه‌های الکترونیکی در محیط کار، ایجاد حل‌های کیفیت، نظارت-سرپرستی، و تدوین گزارش‌ها و سوابق موردباید کاری را برای فرآیند انتقال و تجهیز معرفی کرده‌اند. (Massa and Tsesta 2009)

گلدونی و الیویرا شاخص‌های همچنین تعداد جوامع عملکرد فعل ام ام ام استفاده از ذخائر اینترنتی و سازمانی دانش، آگاهی همکاران در ارتباط با ابزارهای ارتباطی درونی موجود، و هزینه‌های توزیع دانش را در فرآیند توزیع دانش لحاظ می‌کند (Goldoni and Oliveira 2010) و برخی نیز شاخص‌های همچنین ارتباطات و شیوه‌های اجتماعی، نزدیکی فیزیکی همکاران با هم، فرهنگ بذل‌شیر انواع سوال، جلسات با فضاهای غیررسمی، علاقه افراد به مشاورت، و رضایت افراد از کمک به‌هم را از عوامل توسعه‌ساز در تجهیز و اشتراک‌گذاری دانست می‌دانند. (Lilleeore and Hansen 2011)

با توجه به مورور صورت گرفته مجموعه عواملی که دارای دوست‌شانس فراموشی در مرواراده‌ها

پویانده به عنوان شاخص‌های این فرآیند انتخاب شده‌اند (جدول 1).

<table>
<thead>
<tr>
<th>1. on the job</th>
<th>2. case notes</th>
<th>3. active practice communities</th>
</tr>
</thead>
</table>
جدول 1: شاخص‌های فرآیند انتقال و اشکال و توزیع دانش (جمع‌آوری توسط پژوهشگران)

<table>
<thead>
<tr>
<th>شاخص‌ها</th>
<th>پژوهشگران</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>وجود نیم‌ها و جلسات بین وظیفه‌ای در جهت پرورش روند‌های مختلف در بارز و زنجیره</td>
<td>Hult, Ketchen, and Stanley 2004; Fawcett et al. 2007; Massa nad Testa 2009; Fugate, Stank, and Mentzer 2009; DanaeeFarid and Selseleh 2010; Chen, Huang, and Cheng 2009</td>
</tr>
<tr>
<td>وجود ارتباط‌های شبکه‌های ارتباط و نظام‌های اطلاعاتی مابین و مرتب جهت تسریع ارتباطات و تضمین اطلاعات در میان اعضای زنجیره</td>
<td>Fawcett et al. 2007; Massa nad Testa 2009; Fugate, Stank, and Mentzer 2009; DanaeeFarid and Selseleh 2010; Lilleoere and Hansen 2011</td>
</tr>
<tr>
<td>ایجاد گروه‌های کم‌رسی و شبکه‌های اسنادی</td>
<td>Leibowitz and Chen 2001; Fugate, Stank, and Mentzer 2009; Massa nad Testa 2009; Liljeoere and Hansen 2011</td>
</tr>
<tr>
<td>اشکال اطلاعاتی تفّ - تخصصی با تأمین کننّ‌گاه و اعضا لجیستیک</td>
<td>Leibowitz and Chen 2001; DanaeeFarid and Selseleh 2010; Massa nad Testa 2009; Liljeoere and Hansen 2011</td>
</tr>
<tr>
<td>تشییع و حمایت مدیریت در اشکال و تضمین دانش و اطلاعات</td>
<td>Fawcett et al. 2007; Fugate, Stank, and Mentzer 2009; Chen, Huang, and Cheng 2009</td>
</tr>
<tr>
<td>استفاده و پیروزرسانی پایگاه‌های داده‌ای و ذخیره دانش متفاوت جهت بهبود کیفیت فرآیند</td>
<td>Leibowitz and Chen 2001; Lin 2008; DanaeeFarid and Selseleh 2010</td>
</tr>
<tr>
<td>وجود ارتباطات سازمانی دوطرفه میان مدیران ارشد و اعضا</td>
<td>Lin 2008; Goldoni and Oliviera 2010</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Fugate, Stank, and Mentzer 2009; DanaeeFarid and Selseleh 2010</td>
</tr>
</tbody>
</table>

سوال 1: شاخص‌های اصلی فرآیند توزیع و انتقال و اشکال دانش در زنجیره کدامند؟

2- فرهنگ سازمانی

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 ادبیات پژوهش مدیریت دانش است. پژوهش علائم، زراعت، و داوید مشخص نمود که فرهنگ سازمانی (با ضریب ۳۳ درصد) بعد از فتاوی (با ضریب ۳۰ درصد) بیشترین اثر را بر فرآیندهای مدیریت دانش دارد (Allameh, Zare, and Davoodi 2011). کانگاس در پژوهش خود در صنعت حمل و نقل با پیام اینکه اولین قدم مهم‌ترین قدم برای مدیریت دانش، توجه به افراد است، مهم‌ترین اقدام چهار را نشان داد (Kangas 2009).
نگوین و محمد نیز در یافته‌ی که فرهنگ (با سه شاخص قابلیت سازگاری و ضوح) جشن‌نامه و وجود فرهنگ سازمانی (دارای نقش میانجی) در تأثیر گزدانی رفتارهای رهبری بر مدیریت دانش است (2011). (Nguyen and Mohamed 2011) درصد مربوط به امروز فرهنگ، درصد مربوط به ایزهای مورد نیاز و درصد هم مربوط به گذشته است (Gerami 2010). در مدیریت دانش، تأثیر کمی خواهند داشت و شرط موجودیت برای سازمان مدیریت دانش را در مدیریت دانش تأثیر کمی خواهند داشت و شرط موجودیت برای سازمان مدیریت دانش را (Gerami 2010; Fink and Polder 2007). 

ویاچ سی نوع فرهنگ را در هر کسب کاری معرفی می‌کنند: 1، فرهنگ طیوانی سالاری که در آن پیشرفت کارها استانداردسازی شده است و عملیات موجود در سازمان بر اساس کنترل و قدرت انجام می‌شود. تکامل منظم کارها و اخلاق سازمانی در آن مورد تأکید است؛ 2، فرهنگ نو‌آورانه که در آن کارها، جلبی و به‌همراه نوآوری خواهد بود و کارکنان در برای خطر و اقدامات نو‌آورانه ترغیب و تشویق می‌کنند؛ 3، فرهنگ حمایتی که در آن یک محیط کاری باز و هماهنگ پرقار است. مشارکت و کار تیمی و ارتباطات بین شخصی مورد تأکید است (Wallach 1983). 

بنابراین این مدل برای اثرگذاری مدل تسهیم دانش در سازمان‌ها استفاده کرده و متوجه شد که فرهنگ حمایتی و نو‌آورانه پیشتر تأثیر را بر اقدامات توزیع داشت (Lin 2008). (Pillania 2006).

پیالیا در پژوهش خود در مورد وضعیت فرهنگ سازمانی برای مدیریت دانش، مهم‌ترین شاخص‌هایی را دو جوهر یک فرهنگ حمایت‌ی، تشویقی و پذیرنده تأکید کرده و اهداف بر توانمندی و تسهیم دانش، مدیریت دانش وظیفه هر کس بودند. تأکید بر دانش همه افراد و این آمید بر این تصور که مدیریت دانش فقط وظیفه یک بخش مرکزی از فرآیند یکابیش خاص است، قرار داد و متوجه شد که دو مورد دیگر بیشتر اهمیت را دارند و دریافت که بیشترین منابع فرهنگی برای مدیریت دانش به ترتیب وجود سیاست‌های عملیاتی، کمبود مسئولیت دانش، کمبود مشارکت افراد در امور، عدم توجه به شکل‌دادن دانش به عنوان یک کار روزانه و همیشگی، عدم تمایل به 

نشان داشت، کمبود آموزش، و کمبود اعتماد هستند (Pillania 2006).

دنیسون نیز در پژوهش‌های خود راجع به فرهنگ سازمانی، چهار بعده‌ای اساسی برای فرهنگ معروف کرده است که سابقه‌ی از مشارکت در کار (توانمندسازی کارمندان و تیم‌سازی و توسعه قابلیت‌ها)، تأکید بر سازگاری – ثبات – پیگیری، انتظاری بی‌خاطر و پاسخ‌دهی به تغییرات

در سازمان‌ها و بزودی سازمانی، در دفترکاران و مبنای شفاف از رساله‌های سازمانی (Denison 2006، 2011) و
لی نیز در پژوهش خود به معرفی سبک فرهنگ کارآینه‌ای (فرهنگی پویا به دو هرساز فرهنگی)،
دستورالعمل تأکید بر وظایف و تکمیل موقوفیت‌آمیز آنها و اقدامات مقابله، و حرکت
آرایم ۱ تأکید بر حالتی رسمی و اختیاری‌تاریفی) اشاره داشته و در برخی از فرهنگ‌های کارآینه‌ای در
پیاده‌سازی هرچه بهتر مدیریت دانش تأثیر بیشتری دارد (Lai and Lee 2007).

پژوهش و روش در پژوهش‌های متوجه شدن که رابطه معنی‌دار میان فرهنگ
سازمانی با شاخص‌های هم‌جوان تحمل تعارض ۲، مدیریت فرهنگ، مشتری محوری، تمایل به
تغییر، شاخص کارآیندی، وضع هدف، توجه به منابع انسانی، هویت سازمانی، مکان اختیار و
اختصار سازمانی، سبک مدیریت، تمرکز سازمانی، یکپارچگی سازمانی، عملکرد محوری،
تشویق محوری، و ساختار وظیفه) و تهیه اطلاعات، رابطه معنی‌داری میان فرهنگ
سازمانی و تمایل به جابجایی ۳، و رابطه معنی‌داری میان تهیه اطلاعات و تمایل به
جابجایی وجود دارد. آنها دریافتند که تهیه اطلاعات نقش تعیین کننده‌ای در نوع رابطه
میان
فرهنگ سازمانی و تمایل به جابجایی دارد (Jacobs and Roodt 2011).

پژوهش دیگری نیز اشاره به رابطه معنی‌دار بین فرهنگ سازمانی و انتقال دانش دارد.
پژوهش‌های در این پژوهش دریافتند که هرچه دانش صریحتر شود، تأثیر فرهنگ بر توزیع
دانش کمتر می‌شود. در این پژوهش، شاخص‌های معنی‌داری جهت برای توزیع فرهنگی عبارت بودند از:
تنومن‌سازی کارگاه، انگیزش‌های گروهی و فردی، نظام‌های تشویقی، حضور بی‌درنگ،
اعتدال و جوی، همکاری و مشترکت، خطر‌بریزی، توصیه‌گری، تبیین زمینه، برنامه‌ریزی،
تجربیات، و ارتباط‌های کارآیندی (Girdauskinienė and Savanevičienė 2007).

سرات در پژوهش‌های مشخص کردن که فرهنگ دانش‌محور با فرهنگ صنعت محور بدان
حتی فرهنگ خلاف متقاون است. اما معتقد است که فرهنگ دانش‌محور نیازمند سازمان‌های
شبکه‌ای است که تمرکز خود را بر مشتری قرار می‌دهند و معیار اصلی آنها ارتقاء است (و نه
کارآینه‌ای با کیفیت و با کیفیت‌های دیگر) و فرهنگ حاکم ممکن بر سرشاری‌ها و
است. این شاخص‌های اصلی فرهنگ دانش‌محور را بر توزیع گسترش داشت، سطح کم
مدیریت، مسئولیت مشترک، اصول محوری، خطربریزی، توجه به مجموعه عوامل

1. tasks-goal-accomplished
2. smooth-running
3. conflict resolution
4. identification with organization
5. turnover intentions
5. identification with organization
6. Empowerment
7. responsibility contribution
8. shared responsibility
9. principles based
پرون‌سازمانی، یادگیری مستمر و پازارمحوری می‌داند (Serrat 2008). کمرون و کویین فرهنگ‌های ارزش‌های محوری، فضای‌ها، تفسیرها، و روش‌های موجود در یک سازمان می‌دانند و چارچوبی برای فرهنگ‌های سازمانی نیز معرفی کرده‌اند که چهار نوع فرهنگ سلسله مراتبی ۱. بازاری، طبقه‌ای، ۲. ویژه (تخصصی) است (Cameron and Quinn 1998). در جدول ۲ سعی شده است که طبق سرور صورت گرفته شاخه‌های مختلفی از ابعاد مختلف فرهنگ سازمانی مشخص شود.

| شاخص‌های فرهنگ سازمانی | میل به نظم | درد و اضطراب‌گرایی | تحلیل و کنترل مسئولیت‌های فردی | وجود اعتماد متقابل بین مدیریت و اعضای
|------------------------|-------------|----------------------|---------------------------------|----------------------------------|
|                        | تاکید بر طراحی و آزمون‌های دیده و مفاهیم جدید | تاکید بر ارائه جنبه‌های اجتماعی | تاکید بر تکمیل وظایف و دستیابی به اهداف | احترام و ارتباطات متقابل
|                        | انجام همانچنین با موارد مربوط | انجام کارها بصورت نیمی | انجام کارها بصورت کارکنان | تمایل به توانمندسازی کارکنان

Cameron and Quin 1998; Gray and Densten 2005; Girdauskiene and Savanevičienė 2007; Chang and Lin 2007

سوال ۲: شاخص‌های اصلی فرهنگ سازمانی جهت توزیع و انتقال و اشتراک داشت در

زنجبیله تأمین کدامد؟

۲-۱ فرهنگ زنجیره تأمین

یکی دیگر از این مؤثر بر مدیریت دانش در زنجیره تأمین، نوع فرهنگ موجود در داخل زنجیره است که با توجه به مطالعات صورت گرفته توسط پژوهشگران، پژوهش خاصی در این زمینه مشاهده نموده است و فقط به صورت غیرمستقیم در برخی از پژوهش‌ها، شاخص‌های را

می‌توان بافت که پژوهشگران آنها را در قالب نوع فرهنگ موجود در مبدأ اعضای زنجیره

طرح نموده‌اند.

در داخل هر زنجیره، مجموعه‌ای از کسب کارها و وجود دارد که باید طبق هدف

اصلی مدیریت زنجیره فعالیت کند (Chopra and Meindl 2007) بنابراین، این سطح مفهوم

1. outward orientation  2. Hierarchy  3. Clan  4. adhocracy
مدیریت زنجیره تأمین (با توجه به اهداف و فرهنگی که برای خود تعیین می کنند، می توانند بر فرهنگ کسبوکارهای زیرمجموعه خود اثر بگذارند.

آلبرسی، پونگا، و پاراشیف فرهنگ در محیط کلان و جهانی کسب و کار را یکی از عوامل مؤثر بر مدیریت دانش می دانند (2008). در میان شاخص های معنی‌داری در پژوهش‌های و پاراشیف (2008)، همچنین از ایجاد موثری برای مدیریت دانش، می‌توان شاخص‌های همبستگی ویژه نوآوری در فرهنگ تغییر، و اعتقاد مقایسه (Vaccaro, Parente, and Veloso 2010) به‌کوشش، کجمه، و آرینچ در رابطه با مدیریت راهبردی زنجیره تأمین و بهبود عملکرد از طریق ویژه فرهنگ رقابتی و توسعه دانش، می‌توانند راهبردی در زنجیره مطرح کردند. این روش‌های عملکردی بر مبنای برایهای (در نمونه‌ی 1) ویژه می‌باشد. یادداشتی نیز از زنجیره به‌عنوان ارزشی نشان‌دهنده این جهت بهبود فراهم کرده، با گیری از فیلتراین ویژه نوآوری در (Vaccaro, Parente, and Veloso 2010) روابط این راهبردی با یادداشتی و یادداشتی نوآوری در فعالیت‌ها، از جمله ارائه‌های فناوری و فناوری‌های عملیاتی نوین، خط‌پیژری بالایی اعضای زنجیره، نالش برای پیشتاری بهبودی از فرصت‌ها (2007) به‌شمار می‌رود.

لی نیز در پایان نام‌درک اخبار، معیارهای خاصی را برای نوع روابط اعضای زنجیره در محیط مدیریت دانش معنی‌داری است. یکی از معیارها، وجود اعتماد میان مهканات تجارت است. معیارهای بعدی، تعهد اعضای به هم و وجود جشن‌نامه‌های مشترک میان اعضای ساماسوان، لوهک و عابدین (2007)، محمد نیز به فرهنگ توزیع دانش در میان اعضای و وجود هدف و شبکه‌ای مشترک در میان اعضای، تعهد اعضا نسبت به هم، وجود اعتماد متقابل اعضای به هم، وجود ارتباطات مستمر و فراوان با هم، تصمیم گیری‌های مشترک در میان اعضای، و وجود روابط بر اساس در میان اعضای زنجیره اشتعال داشته‌باشد (Mohamed 2009).

جدول 3. شاخص‌های انتخابی فرهنگ در زنجیره را که پیشتاری فراوانی را در میان شاخص‌های پیشنهاد داشته‌اند، نشان می‌دهد.

<table>
<thead>
<tr>
<th>شاخص‌های پیشنهاد داشته‌اند</th>
<th>1. کلیه‌ای ازبین (خود)</th>
<th>2. یادداشتی از ارتباطات</th>
<th>3. ازبین‌گیری (خود)</th>
<th>4. ازبین‌گیری (خود)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1. کلیه‌ای ازبین (خود)</td>
<td>2. یادداشتی از ارتباطات</td>
<td>3. ازبین‌گیری (خود)</td>
<td>4. ازبین‌گیری (خود)</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>
جدول 3: شاخص‌های فرهنگ جهت توزیع و انتقال و اشتراک دانش در زنجیره تأمین

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

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

2-4. عملکرد زنجیره تأمین

زاویه عملکرد برای مطالعه و بروز در بسیاری از کشورها از جمله ژاپن در زمانی که بحران بزرگی بر هر کشور می‌ماند، زنجیره تأمین در منابع مشتری مورد توجه قرار گرفته است. مهم این است که ارزیابی عملکرد زنجیره تأمین در گذشته به‌طور مبتنی بر هزینه/کارایی، دوسترسی، کارایی زمانی که نهادهای مجازا برای یافتن شرایط مناسب و به‌کارگیری میزان فردی از اعضای زنجیره، افزایش مطالعاتی در زمینه زنجیره تأمین مطرح شده است. در این زمینه، نحوه تأثیر ارائه خدمات باعث نیازمندی می‌شود. از آن جمله می‌توان به ارائه محوری، مشتری محوری، و ارائه محور الزام‌زبان بوده و اقدامات از (McCormack, Ladeira, and Valadares de Oliveira 2008).

اندازه‌گیری عملکرد زنجیره تأمین می‌تواند به حصول دستاوردهای ماند ارائه اهمیت

اعضا، به‌همراه همکاری، حل مسائل مدیریت، تأکید اطلاعات، و بزرگ‌تریده مورد نیاز کمک‌نیایش (Beamont 1996; Brewer and Speh 2000; Bullinger, Kuhner, and Hoof 2002; Gunasekaran et al. 2004; Holmberg 2000; Morash 2001; Otto and Kotzab 2003; Tan, Lyman, and Wisner 2002)
شناختی نواحی بهبود در داخل نظام و تغییر ایجاد آن به سیستم‌های اقتصادی جهت بهبود ارتباطی
(FOX, Barbyceau, and Teigen 2000; WONG 2007).

زنجیره و درک جریان مستمر منابع در داخل آن
با هدف تولید محصول با هزینه کمتر و تحول بهموقع محصول به مشتری و
افزایش رضایت مشتری دانست (Chopra and Meindl 2007). در این پژوهش، شاخص‌های
همکاری تأمین کننده جهت حل مشکلات فنی
شناختی اصلی اعمال در جهت کاهش هزینه مشتری.

جدول 4. شاخص‌های اعمال در شاخصی تأمین

| شاخص اعمال | شاخص ارزیابی | اجمالی
|------------|--------------|---|
| (Bhagwat and Sharma 2007; Bechtel and Jayaram 1997; Xu, Li, and Wu 2009) | روزگار زمان | 1.
| (Bhagwat and Sharma 2007) | کارایی فرایند تحول محصول | 2.
| (Bhagwat and Sharma 2007) | هزینه تبدیل و جابجایی املاک | 3.
| (Bechtel and Jayaram 1997; Bhagwat and Sharma 2007) | هزینه هزینه تولید و عملیات | 4.
| (Holmberg 2000; Bhagwat and Sharma 2007; Xu, Li, and Wu 2009) | مدت زمان ارسال مفارش از طرف | 8.
| (Kim 2007; Bhagwat and Sharma 2007; Kannan and Choon 2005) | توآوری تأمین کننده جهت کاهش هزینه مشتری | 10.
| (Bhagwat and Sharma 2007; Kannan and Choon 2005; Graham et al. 1994; Maloni and Benton 1997) | شناسایی تأمین کننده جهت پاسخگویی به | 11.
| (Bhagwat and Sharma 2007) | مشکلات کیفی | 12.

سوال 4: شاخص‌های اصلی اعمال در تأمین کدامند؟

1. delivery performance  2. delivery lead time  3. supplier lead time
شکل ۱. ساختار چندبعدي پژوهش

شکل ۱. ساختار چندبعدي پژوهش

3. روش پژوهش

3.۱ ساختار چندبعدي

یکی از قوی‌ترین و مناسب‌ترین روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌ها در مجموعه پژوهش‌های علوم انسانی و علوم اجتماعی و علوم رفتاری، تجزیه و تحلیل چندبعدی است. در این روش، از ساختارهای چندبعدي برای ارائه مدل پیشنهادی خود استفاده می‌کنند. ساختارهای را که شامل تعدادی از ویژگی‌های مرتبط با هم است و در جوهرهای چندبعدي وجود دارند، ساختار چندبعدي می‌نامند و در مقایسه با مجموعه‌ای از ساختارهای یکبعدي مرتبط با هم، ابعاد یک ساختار چندبعدي می‌تواند با یک ساختار کلی مشخص شوند (Law, Wong, and Mobley 1998). اما باید همچنین به یاد داشت که در مدل‌های ساختاری چندبعدي نخست یاپید ساختارهای چندبعدي و ابعادشان را در یک مدل یکسان گنجانند. دوم اینکه مدل یاپید فرضیه‌های مربوط به سیر ارتباطی بین ساختار چندبعدي و ابعادشان را دربر گیرد و سوم اینکه تحلیل‌ها یابد به بررسی قوت و تغییرات ارتباطات بین ساختار چندبعدي و ابعادشان پردازند (Edwards 2001).

3.۲ ساختار چندبعدي پژوهش

با توجه به اینکه در داخل هر زنجره مجموعه‌ای از کسب وکارها وجود دارد که همگی طبق هدف اصلی مدیریت زنجره فعالیت می‌کنند (Chopra and Meindl 2007)، این سطح مختلف با توجه به اهداف و فرهنگی که برای خود تعریف می‌کند، می‌تواند بر فرهنگ کسب و کارهای زیرمجموعه خود اثر یابد. از طرفی دیگر، هم طبق مرور صورت گرفته در ادیبان، فرهنگ برعکس توزیع ارگان‌های خواهد بود و توزیع دانش نیز بر نوع عملکرد مؤثر خواهد بود.

با توجه به توضیحات ارائه‌شده و شرایط لازم برای ساختارهای چندبعدي، ساختار چندبعدي پژوهش به صورت زیر ترسیم شد:
3-3. مفهومهای پژوهش

یا توجه به ساختار چندبعدی شکل 1، می‌توان شاخه‌های مربوط به فرهنگ زنجیره تأمین را به عنوان متغیر مستقل، شاخه‌های مربوط به فرهنگ سازمانی و توزیع دانش در زنجیره را به عنوان متغیر یا ماهیت وابسته، و شاخه‌های عملکرد مالی و غیرمالی را متغیرهای وابسته پژوهش معرفی نمود.

بنابراین، می‌توان فرضه‌های پژوهش را به‌صورت زیر بیان نمود:

فرضه ۱: فرهنگ زنجیره تأمین، تأثیر معنی‌داری بر فرهنگ سازمانی دارد.

فرضه ۲: فرهنگ زنجیره تأمین، تأثیر معنی‌داری بر توزیع دانش در زنجیره دارد.

فرضه ۳: فرهنگ سازمانی، تأثیر معنی‌داری بر توزیع دانش در زنجیره دارد.

فرضه ۴: توزیع دانش در زنجیره، تأثیر معنی‌داری بر عملکرد مالی زنجیره تأمین دارد.

فرضه ۵: توزیع دانش در زنجیره، تأثیر معنی‌داری بر عملکرد غیرمالی زنجیره تأمین دارد.

4-3. روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از باب تحلیلی، کاربردی و از منظر متغیر، شامل متغیرهای کیفی است و در دسته پژوهش‌های توصیفی - علی قرار می‌گیرد و بصورت یکپارچه انجام می‌شود. ابزار مورد استفاده در این پژوهش، پرسشنامه‌های براساس طیف پنجم تایپ لیکرت است و قلمرو مکانی پژوهش شامل مجموعه شرکت‌های تولید کننده، تأمین کننده و ارائه کننده خدمات پس از فروش (در لیستهای اولی زنجیره تأمین) در صنعت خودروسازی ایران و قلمرو زمایی پژوهش نیز سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۹ است.

5-3. جامعه و نمونه آماری

یا توجه به اینکه واحد 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 متخصصان که به شیوه رنگ‌دهی را شامل می‌شود، از دست کم سال سابقه کار در زمینه مدیریت قلمرو مجموعه سازمانی تحت پرسید و دست کم یک بیزرساز صنعتی زیر را دارا باشند، انتخاب می‌شوند.

الف) دارای مدرک تحصیلی دانشگاهی (کارشناسی و بالاتر) در رشته‌های فنی، مدیریت و اقتصاد باشند;
ب) دارای گزارش‌ها، پژوهش‌ها به مطالعه علمی در حوزه‌های مدیریت دانش، مدیریت زنجیره تأمین، و ارزیابی عملکرد زنجیره تأمین باشد؛ و
(ج) فعالیت اجرایی آنها در سازمان خود، مرتبط با زنجیره تأمین و مدیریت دانش باشد.
نمونه آماری موجود در این بخش، از میان شرکت‌های فعال در زنجیره تأمین دو شرکت بزرگ ایران خودرو و سایپا برگردیده شده است. دلیل اصلی این انتخاب این است که بیشتر سهم پزار خودروی ایران در اختیار این دو شرکت می‌باشد و سایپا فعالیت این دو شرکت از شرکت‌های دیگر در این صنعت بیشتر است (نشیمنی نیک آبادی 1388). بنابراین، نمونه گیری از کارشناسان مرتبط با موضوع پژوهش در این دو شرکت صورت گرفته است.
از آنجاکه موضوع پژوهش از موضوعات جدید و نوازیده مطرح شده در مراکز استادی و تعداد افزایش دهنده مطلب و مرتبط برای پاسخ‌گویی محدود است، نمونه‌ها به‌محوری فضایی و هدف‌مند انتخاب شده و سعی شده است تعداد پاسخ‌دهنده‌اند علاوه بر این انتخاب راهنمایی مطرح‌شده در جامعه آماری، براساس قابلیت پاسخ‌دهی نماینده لیزر نیز تعیین شود.

۳-۲-۱-۱ دوایی و پایایی پژوهش
در این پژوهش، برای بررسی روایی و پایایی جهت ارزیابی کتایرت و دقت مؤلفه‌ها در مدل معنی‌دار در پژوهش، انتخاب از حوزه‌های ادبیات استقامت درک و سپس، اصلاحات و جراحی تغییرات مربوط به شاخص‌های براساس میزان خریدریان بیان‌شده در ادبیات پژوهش، در نهایت توسط سه نفر از استادان دانشگاه در رشته مدیریت صنعتی و سه نفر از خبرگان صنعتی با سابقه کاری بالای ۵ سال صورت گرفته است. از روایی عاملی نیز (که از طریق تحلیل عاملی تاییدی توسط نرم‌افزار لیزر به‌دست می‌آید)، برای سناریو روایی‌سازی استقامت شده است. همچنین در این پژوهش، از روش سازگاری درونی اجرا (آلفای کرونباخ)، برای بررسی پایایی استفاده شده است.

۳-۲-۳ روشن کردن و تحلیل داده‌ها
روش و ابزار گردآوری داده‌ها در این پژوهش، کتابخانه‌ای-میدانی بوده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و پاسخ‌گویی به سوایت و فرضیه‌های پژوهش، از نرم‌افزار ۱۸ و نرم‌افزار لیزر (نسخه ۸۵۶) استفاده شده است.
4. بافقه‌های پژوهش

4-1. بافقه‌های توصیفی پژوهش

طبق اطلاعات جمعیت‌شناسی به‌دست‌آمده از پرسشنامه‌ها، 51 درصد افراد دارای تجربه تکمیل هستند و 90 درصد آنها به دارایی سایه کاری بالای 5 سال فعالیت در زنجیره تأمین صنعت خودروی هستند (حدود 18 درصد از پاسخ‌دهندگان سایه کاری بالای 15 سال را داشتند).

از میان 130 پرسشنامه توزیع شده، 120 پاسخنامه دریافت شد و فقط 115 پاسخنامه به‌صورت کامل تکمیل شده بود (سرخ پاسخ 88 درصد بود.). 75 پرسشنامه به زنجیره تاکید شرکت ایران خودرو و 40 پرسشنامه به زنجیره تاکید شرکت سایا تعلق داشت.

4-2. بافقه‌های استنباطی پژوهش

4-2-1. بروزگشایی کفایت نمونه‌گیری و تحلیل عاملی تاییدی

تحلیل عاملی پایه و اساسی برای ایجاد یک مجموعه جدید از متغیرها که ویژگی و ماهیت متغیرهای اصلی را در تعداد کمتری از این متغیرها ایجاد می‌کند، یکی از دهده (1998) در این روش، مثال‌های مرتب با تعداد زیاد متغیرها و یا وابستگی زیاد میان آنها می‌تواند به‌طور اساسی توسط چاپگریئی متغیرهای جدید کاهش یابد.

در این پژوهش، هدف از به کارگیری تحلیل عاملی، کاهش مولفه‌های ابعاد موجود در پژوهش، جهت شناسایی مؤلفه‌هایی با اهمیت بالاتر است. شاخص‌هایی که دارای یک عامل عاملی کمتر از 0.4 باشند، شاخص‌هایی به کمترین اهمیت برای ساختار چندبعدهی پژوهش هستند (جنابزاده و رحمانی 1389). پس از انجام تحلیل عاملی، باید آزمون KMO جهت حصول اطمینان از کیفیت نمونه‌گیری انجام شود. مؤشری (1386) مقادیر مناسب برای این شاخص‌ها با 0.6 می‌دانند.

با توجه به اطلاعات جدول 5، می‌توان منوجه شد که کدام یک از شاخص‌های موجود در پژوهش مورد تایید قرار گرفته است. همچنین، منابع پایایی برای هر بعد به‌صورت مجزا محسوب شده است و از آنجا که همگی بالای 0.7 هستند، می‌توان یکپاری پژوهش را مورد تایید قرار داد.

همچنین، کفایت نمونه‌گیری نیز مورد تایید قرار گرفته است.
جدول ۵. تحلیل‌های استنباطی ساختر جدیدی پژوهش

<table>
<thead>
<tr>
<th>آباد</th>
<th>مؤلفه‌ها</th>
<th>تأیید با ۵ض منفی</th>
<th>آباد</th>
<th>KMO</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>۱. وجود تیده‌ای و جستجوی پایین و تئیه‌ای در جهت پرست و روندهای مختلف در پاروژ و زنجیره</td>
<td>۰.۷۱ تایید</td>
<td>۰.۸۴</td>
<td>۰.۸۷</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>۲. وجود ازارها، سکه‌های ارتباطی و نظام‌های گرافی میان‌یاری می‌کند و نسبت ارتباطات و تسهیل ارتباطات در میان آبادانی و زنجیره</td>
<td>۰.۷۲ تایید</td>
<td>۰.۵۷</td>
<td>۰.۷۵</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>۳. ابجاد گروه‌های غیرمستقیم و سکه‌های اسکن‌های (همچون حق‌های کیفیت)</td>
<td>۰.۵۱ تایید</td>
<td>۰.۶۵</td>
<td>۰.۷۱</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>۴. وجود فرهنگ‌های فذ و بار جهت تسهیل ارتباطات و پذیرش شاخه‌ها</td>
<td>۰.۶۸ تایید</td>
<td>۰.۶۸</td>
<td>۰.۷۵</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>۵. اشتراک اطلاعات فذ - تخصصی با تأمین کنندگان و اعتیاد به لجیستیک</td>
<td>۰.۵۴ تایید</td>
<td>۰.۵۴</td>
<td>۰.۷۱</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>۶. تشخیص و حمایت مدریت در اشتراک و تسهیل دانش و اطلاعات</td>
<td>۰.۹۸ تایید</td>
<td>۰.۹۸</td>
<td>۰.۸۷</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>۷. استفاده و برقراری سایه‌گرفتن ویژگی‌های داده‌ای و دانش</td>
<td>۰.۷۱ تایید</td>
<td>۰.۷۱</td>
<td>۰.۷۵</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>۸. دانش‌های دامنه‌گیری جهت بهره‌برداری کیفیت فذ</td>
<td>۰.۶۴ تایید</td>
<td>۰.۶۴</td>
<td>۰.۷۱</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>۹. وجود ارتباطات سازمانی دوطرفه میان مدیران</td>
<td>۰.۷۲ تایید</td>
<td>۰.۷۲</td>
<td>۰.۸۷</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>۱۰. ارزش و اعتیاد</td>
<td>۰.۴۷ تایید</td>
<td>۰.۴۷</td>
<td>۰.۸۱</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>۱۱. تأکید بر همکاری، مشارکت و تعهد اعتیاد</td>
<td>۰.۸۱ تایید</td>
<td>۰.۸۱</td>
<td>۰.۸۹</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>۱۲. تأکید بر روابط متین با اعتماد و اعتماد - برد</td>
<td>۰.۱۹ تایید</td>
<td>۰.۱۹</td>
<td>۰.۸۲</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>۱۳. وجود چشم‌اندازهای و اهداف مشترک در میان اعتیاد</td>
<td>۰.۲۹ تایید</td>
<td>۰.۲۹</td>
<td>۰.۸۲</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>۱۴. تأکید بر یادگیری اعتیاد از طریق توزیع دانش در میان اعتیاد</td>
<td>۰.۷۵ تایید</td>
<td>۰.۷۵</td>
<td>۰.۸۷</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>۱۵. میل به نظم</td>
<td>۰.۶۸ تایید</td>
<td>۰.۶۸</td>
<td>۰.۸۲</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>۱۶. قدرت و انتقادگرایی</td>
<td>۰.۴۷ تایید</td>
<td>۰.۴۷</td>
<td>۰.۸۲</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>۱۷. تحلیل و کنترل سیستم خروجی‌های قابل</td>
<td>۰.۸۸ تایید</td>
<td>۰.۸۸</td>
<td>۰.۸۲</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>
### Table 1: Comparison of Financial Performance and Stability Measures

<table>
<thead>
<tr>
<th>Financial Performance Measures</th>
<th>Core Financial Measures</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Growth Rate</strong></td>
<td><strong>Profitability</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Sales Growth</strong></td>
<td><strong>Return on Assets</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Operating Margin</strong></td>
<td><strong>Return on Equity</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Earnings Per Share</strong></td>
<td><strong>Profitability</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Debt-to-Equity Ratio</strong></td>
<td><strong>Return on Investment</strong></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Working Capital Turnover</strong></td>
<td><strong>Price Earnings Ratio</strong></td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Notes:
- **GFI & AGFI** = 0.95
- **RMSEA** = 0.06
- **X2/df** = 6.14 (Hu and Bentler 1995)
- **RMSEA** = 0.06 (Hu and Bentler 1995)
پژوهش. همچنین، با توجه به اینکه شاخص‌های مختلف برای برآورد مدل، با مقدار مطلوب آنها مناسب است، می‌توان نتیجه گرفت که ساختار چندبعدهی این پژوهش، از برآورد مناسب در صنعت خودروسازی برخودار است و روابط مازه پژوهش مورد تایید قرار خواهد گرفت.

جدول ١. بررسی عدم هم‌خطی بین متغیرهای موجود در ساختار چندبعدهی پژوهش

<table>
<thead>
<tr>
<th>ساختار</th>
<th>متغیرهای نام‌های تایید</th>
<th>توزیع و انتشار داشت</th>
<th>توزیع و انتشار داشت</th>
<th>توزیع و انتشار داشت</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>فرهنگ نام‌های تایید</td>
<td>توزیع و انتشار داشت</td>
<td>۰.۴۷۷</td>
<td>۰.۳۷۴</td>
<td>۰.۴۷۷</td>
</tr>
<tr>
<td>فرهنگ نام‌های تایید</td>
<td>توزیع و انتشار داشت</td>
<td>۰.۳۸۷</td>
<td>۰.۵۸۷</td>
<td>۰.۳۸۷</td>
</tr>
<tr>
<td>توزیع و انتشار داشت</td>
<td>توزیع و انتشار داشت</td>
<td>۰.۵۴۹</td>
<td>۰.۵۴۹</td>
<td>۰.۵۴۹</td>
</tr>
<tr>
<td>توزیع و انتشار داشت</td>
<td>توزیع و انتشار داشت</td>
<td>۱.۷۸۹</td>
<td>۱.۷۸۹</td>
<td>۱.۷۸۹</td>
</tr>
</tbody>
</table>

کلمات کلیدی: پژوهش، ساختار نظری، ساختار چندبعدهی.

1. Variance Inflation Factor (VIF)
یا توجه به نتایج موجود در جدول 7، می‌توان نتیجه گرفت که فرضیه‌های پژوهش مورد تأیید قرار گرفته‌اند. اما در میان این فرضیه‌ها، سنتزی‌شکن منعی‌داری مربوط به فرضیه تأثیر گذاری فرهنگ زنجبیر به توزیع و اشتراک و انتقال دانش در زنجبیر تأیین است، چرا که تأثیر مستقیم فرهنگ زنجبیر به توزیع و اشتراک و انتقال دانش در زنجبیر تأیین نبود که مثبت کم است (حدود 18 درصد).

جدول 7 تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم در میان ابعاد مختلف ساختار جنبشی زیست (با اطلاعات 95 درصد)

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>توزیع و اشتراک و انتقال دانش</th>
<th>فرهنگ سازمانی</th>
<th>تأثیر مستقیم</th>
<th>تأثیر غیرمستقیم</th>
<th>تأثیر کل</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>فرهنگ سازمانی</td>
<td>0.84</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
</tr>
<tr>
<td>توزیع و اشتراک و انتقال دانش</td>
<td>0.68</td>
<td>0.23</td>
<td>0.23</td>
<td>0.23</td>
<td>0.23</td>
</tr>
<tr>
<td>عامل مالی</td>
<td>0.56</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
</tr>
<tr>
<td>عامل غیرمالی</td>
<td>0.53</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
<td>---</td>
</tr>
</tbody>
</table>

5. بحث و نتیجه‌گیری

هدف اصلی پژوهش، ارائه ساختاری جنبشی جهت تبیین اثر گذاری انواع فرهنگ بر توزیع دانش در زنجبیر تأیین صنعت خودرو است. تحلیل عاملی پژوهش نشان داد که تمامی شاخص‌های توزیع دانش در زنجبیر دارای اهمیت هستند. اما در این میان، دو شاخص وجود ابزارها، شیب‌های ارتباطی، و نظام‌های اطلاعاتی مناسب و مرتبط جهت تسهیل ارتباطات و تسهیم اطلاعات در میان اعضای زنجبیر و وجود ارتباطات سازمانی دوطرفه میان مدیران ارشد و اعضای از مهم‌ترین شاخص‌های انتقال و اشتراک و توزیع دانش در زنجبیر تأیین صنعت خودرو محصول می‌شوند. یافته‌ها نشان می‌دهد که عامل "ارتباطات" چه در داخل شرکت و چه در میان اعضای زنجبیر تأیین، مهم‌ترین عامل در انتقال و اشتراک و توزیع دانش در زنجبیر تأیین است. در این پژوهش، با توجه به مطالعات فاوست و همکاران (Fawcett et al. 2007) توانسته‌اند نشان دهیم که عامل ارتباطات، نسبت به عامل تمایلات در توزیع دانش در زنجبیر تأیین، اهمیت بیشتری دارد.
در میان شناخت‌های مطرح شده برای فرهنگ سازمانی، شناخت‌های قدرت و افتادگی گروهی، تحلیل و کنترل شرایط اجتماعی، قابل پیش‌بینی و تأکید بر وظایف و دستیابی به اهداف، کمترین اهمیت را در میان دیگر شناخت‌ها دارد. این موارد نشان می‌دهد که وجود عواملی که باعث ایجاد یک رابطه بالا به پایین و مناسب بر سلسله مراتب و فرماندهی است، بر توزیع دانش اثر معنی‌دار داشته‌است. جایگزینی این است که مواردی مورد تأیید قرار گرفته‌اند.

و در اهمیت بالایی سند که مرتبط با ارتباطات و آزادی عمل فرد در انجام امور هستند (Denison 2006, Pillania 2006, و لین 2006) معقدند عوامل فرهنگی باز و حمایتی و شناسایی نیز نسبت به شناخت‌های فرهنگی و ساختگی‌های تری و یا یک طرفه و یا سلسله مراتبی در توزیع دانش اهمیت بیشتری دارند.

در مورد میزان عاملی، معیارهای غیرمتنی از اهمیت بیشتری نسبت به معیارهای مالی برخوردارند. نتیجه قابل توجهی این است که معیارهای با اهمیت در عملکرد زنجبیر تاؤمی مربوط با معیارهای کیفی‌ساز است. (کیفیت کالاهای تحولی داده‌شده به مشتری و توانایی تأمین کنندگی جهت پاسخ‌گویی به مشکلات کلی). همین امر نشان می‌دهد که کارشناسان صنعت خودرو تعتقدند که انتقال و اشکال و توزیع دانش در یک بستر فرهنگی دانش‌محور در میان اعضای زنجبیر و در داخل سازمان مشتری از همه به ارتباط کیفیت کمک کنید و در نهایت، همین آرمان می‌تواند منجر به ارائه محدود و بارز و در نهایت، رضایت مشتری شود.

نتایج نتیجه‌گیری نشان داد که فرهنگ زنجبیر بیشترین تأثیر خود را بر روی فرهنگ سازمانی خواهد گذاشت. همین امر نشان می‌دهد که نوع فرهنگ سازمانی از نوع فرهنگ که در میان اعضای زنجبیر وجود دارد، تعیین و پروری می‌کند. اما این فرهنگ سازمانی است که بیشترین تأثیر را بر توزیع و انتقال و اشکال دانش در میان اعضای زنجبیر دارد. بنابراین، پایبنا سرماهای گارد هر چه بهتر نیز این، مؤلفه‌های کلیدی در فرهنگ زنجبیر تأثیر می‌دهد، فرهنگ سازمانی را ارائه داد تا این طریق با توزیع مشتری در زنجبیر بهبود بخشید.

نتیجه‌گیری که در پایانهای پژوهش جلب توجه می‌کند این است که ساختار جدیدی

پژوهش برای ارتباط بین ابعاد مختلف فرهنگ با توزیع دانش، بیشترین ارگانی ها بر عملکرد غیرمایه، بیانگذاری شناخت‌های کلی در زنجبیر دارد. همین امر، نشان دهند که این است که توزیع هر چه بهتری دانش در میان اعضای زنجبیر می‌تواند عوامل مرتبط با موضوع کیفیت را در میان اعضای زنجبیر بهبود دهد.
با توجه به رویکرد جدید این پژوهش و نوآوری آن در ارائه ساختاری جنبه‌پذیر برای فرهنگ، ایفای‌دهنده پژوهش نیاز دیگری بر جنبه نوآوری این پژوهش محصول می‌شود. بنحوی که با مرو صورت گرفته در پژوهش‌های قبلی، پژوهش خاصی که به این روابط توجه کرده بودند. پژوهش‌گران آنی می‌توانند در ادامه این پژوهش در کنار موضوع فرهنگ، دیگر عوامل سازمانی و با مرتبط با زنجیره تأمین با لحاظ کننده و تأثیر آنها را بر ابعاد مختلف مدیریت داخلی سنجیدن و در مقایسه با هم، مهم‌ترین عوامل سازمانی و مرتبط با زنجیره تأمین را شناسایی نمایند.

6. منابع


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 Feizi1
Professor of Industrial Management Department, Allame Tabataba’i University

Laya Olfat 2
Associate Professor of Industrial Management Department, Allame Tabataba’i University

Mohammad Taghi Taghavi Fard3
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 matter 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 the 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