

مدل‌های فرهنگ سازمانی و شرکت‌های دانش‌بنیان

عاصفه معصومی*^۱

عمار فیضی^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۲/۲۵ تاریخ چاپ: ۱۴۰۰/۰۳/۰۳

چکیده

فرهنگ سازمانی موضوعی است که در دانش مدیریت و در قلمرو رفتار سازمانی راه یافته است. به دنبال نظریات و تحقیقات جدید در مدیریت، فرهنگ سازمانی دارای اهمیت روزافزونی شده و یکی از مباحث اصلی و کانونی مدیریت را تشکیل داده است. به موجب آیین‌نامه تشخیص شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان، شرکت‌های دانش‌بنیان، مؤسسات خصوصی یا تعاونی هستند که به منظور افزایش علم و ثروت، توسعه اقتصادی بر پایه دانش و تحقق اهداف علمی و اقتصادی در راستای گسترش اختراع و نوآوری و در نهایت تجاری‌سازی نتایج تحقیق و توسعه (شامل طراحی و تولید کالا و خدمات) در حوزه فناوری‌های برتر و با ارزش افزوده فراوان (به‌ویژه در تولید نرم‌افزارهای مربوط) تشکیل می‌شود. هدف از مقاله حاضر معرفی انواع فرهنگ سازمانی و مدل‌های فرهنگ سازمانی با مرور ادبیات موضوع و پیشینه پژوهش می‌باشد. در این تحقیق روش پژوهش استفاده شده توصیفی و کتابخانه‌ای است. با بررسی مبانی نظری فرهنگ سازمانی، انواع مدل‌های مورد استفاده در این حوزه شناسایی و سپس با معرفی شرکت‌های دانش‌بنیان پرداخته شده است. از نتایج تحقیق حاضر محققان حوزه مدیریت در تمامی گرایش‌ها و همچنین شرکت‌های دانش‌بنیان می‌توانند بهره‌مند گردند.

واژگان کلیدی

فرهنگ سازمانی، شرکت‌های دانش‌بنیان، دانش، مدل‌های شایسته محوری.

۱. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد، مهندسی کامپیوتر گرایش نرم افزار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک، مرکزی، ایران. (نویسنده

مسئول: asefeh_masomy@yahoo.com)

۲. دانش‌آموخته دکتری مدیریت صنعتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ساوه، ساوه، ایران (ammarfeyzi@live.com)

۱. مقدمه

در سال‌های اخیر، سرعت سریع روند ادغام و اکتساب‌ها باعث تغییر روش ترکیب کسب و کارها شده است. هدف ادغام‌ها از ترکیب فرهنگ‌ها به سمت تأمین اهداف و مقاصد تجاری خاص تغییر کرده است. برخی از کارشناسان معتقدند که در صورت داشتن طرح تجاری و دستور کار مناسب حین ادغام، فرهنگ شرکتی قدرتمند به صورت طبیعی رشد خواهد کرد (قرایی آشتیانی و پورصادق، ۱۳۹۸).

از نظر کویین و رورباخ (۱۹۸۳) آنچه به صورت عمیقی در ادبیات سازمانی نهاده شده است مفهوم اثربخشی است، اما همانند فرهنگ، مفهوم اثربخشی سازمانی را بسیار سخت می‌توان تعریف کرد و قضاوت در مورد اثربخشی سازمان‌ها، در نهایت به ارزش‌های آن سازمان ختم می‌شود و آنچه ارزش نهاده می‌شود در نهایت توسط سازمان به عنوان معیار موفقیت مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. با توجه به این که فرهنگ سازمان تا حدی توسط آنچه به آن ارزش نهاده می‌شود شکل می‌گیرد موجب می‌شود تحقیقاتی که به دنبال مطالعه فرهنگ سازمانی هستند تا به مدیران برای اثربخشی کمک کنند منطقی به نظر رسند (پیزام، ۲۰۲۰).

فرهنگ سازمانی یکی از مهم‌ترین عوامل حمایت و محدودیت برای موفقیت یا شکست سازمان در نظر گرفته می‌شود و هر سازمانی فرهنگی مخصوص به خود داشته که آن را از سازمان‌های دیگر را متمایز می‌سازد و به اعضا این احساس را می‌دهد که به فرهنگی متفاوت تعلق دارند. فرهنگ سازمانی که توسط اعضا مورد پذیرش قرار گرفته است تأثیری قوی و مستقیم بر رفتار، وظایف و ارتباط آن‌ها با مافوق، زیردست، همکاران و مشتریان دارد. ارزش‌ها و عقاید در صورت قوی بودن می‌توانند هدایت‌گر، یکپارچه‌کننده و انسجام بخش فعالیت‌های افراد در سازمان در غیاب نظام‌های کنترل رسمی باشند (والکر، ۲۰۲۰).

در دو دهه اخیر، مدیریت موفق علاوه بر ترکیب مهارت‌های فنی-انسانی و ایجاد زمینه‌ای برای کارایی و اثربخشی، نیاز به توانایی‌های جدید دیگری دارد، به همین دلیل مدیران برای موفقیت به نگرش، طرز تلقی و ذهنیتی نیازمندند که بتواند آن‌ها را در رویارویی و شناخت نیروهای داخل و خارج سازمان یاری دهد (آمارو، الوز و سوسا^۱، ۲۰۲۰).

موفقیت به کارگیری شیوه‌ها و تکنیک‌های مدیریت متضمن ایجاد پلی محکم و استوار بین این روش‌ها و فرهنگ و راه و رسم زندگی در هر جامعه و هر نظام اجتماعی است و اگر بپذیریم که ویژگی‌های فرهنگی جوامع مختلف با یکدیگر تفاوت دارد، می‌توان ادعا کرد که رفتارها، عملکردها و حتی هدف زندگی آن‌ها نیز از تفاوت‌های چشم‌گیری برخوردار است، بسیاری از صاحبان اندیشه، فرهنگ سازمانی را مجموعه‌ای از نگرش‌ها و باورهای مشترکی می‌دانند که بر رفتار افراد تأثیر می‌گذارد و همین ویژگی موجب جدایی دو سازمان یا مؤسسه از یکدیگر می‌شود (عباسپور، کریمی، عبداللهی و تقوی‌فرد، ۱۳۹۷).

شرایط محیطی به حدی پیچیده، پویا و نامطمئن شده که سازمان‌ها نمی‌توانند با تغییرات سطحی و ظاهری در ساختارها، روش‌ها، سیستم‌ها و... بقای بلندمدت خود را تضمین کنند. سازمان‌ها برای مقابله با تهدیدات محیطی و استفاده از فرصت‌های احتمالی، ناچارند ظرفیت‌ها و توانمندی‌های درونی خود را بشناسند، ضعف‌ها و قوت‌های فرهنگی خود را شناسایی کنند و به ترمیم و اصلاح ضعف‌ها و تقویت قوت‌های خود پردازند. در یک سازمان،

¹ Amaro Alves & Sousa

فرهنگ سازمانی فضایی است که موجب تمایز سازمان از دیگر سازمان ها می شود و در واقع به سازمان شخصیت منحصر به فرد می دهد و در نتیجه هویت اجتماعی هر سازمان را مشخص می کند (انصاری و دیگران، ۱۳۹۰).

یکی از مفاهیم نوین و مناقشه برانگیز دنیای کنونی اصطلاح دانش بنیان است که به حوزه های مختلفی اشاره دارد. با گسترش روزافزون فناوری، اقتصاد جهانی نیز رویکرد خود را از اقتصاد سنتی به سمت اقتصاد دانش بنیان با پایه علم و فناوری سوق داده است. سودآوری بالای شرکت های فعال در حوزه دانش بنیان در کشورهای پیشرو مانند امریکا، ژاپن و غیره از یک سو و ضرورت فعالیت مؤثر محرک اقتصاد دانش بنیان، در سطح کشور بیش از پیش پررنگ شود (نظرپوری و شاهسیاه، ۱۳۹۷).

شواهد نشان می دهند که روند تجاری سازی و ورود به بازار در شرکت های دانش بنیان نوپا، چندان امیدوارکننده نیست. همچنین پیچیدگی و اهمیت موضوع در مورد فناوری های پیشرفته با ویژگی های منحصر به فردی همچون سرعت فزاینده تولید دانش، کوتاه بودن چرخه عمر فناوری و اندک بودن فاصله زمان پژوهش تا عرضه محصول به بازار، دو چندان می باشد.

سؤال اصلی مقاله حاضر این است چه مدل هایی جهت تبیین فرهنگ سازمانی در ادبیات موضوع و پیشینه تحقیق وجود دارد؟ منظور از شرکت های دانش بنیان چیست؟ چه ویژگی هایی را برای آن ها می توان متصور شد؟

۲. مروری بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش

مفهوم فرهنگ بیش از یک قرن است که محور مطالعات مردم شناسی و فرهنگ شناسی بوده و از زوایای مختلف در این حوزه های علمی به آن نگاه شده است؛ اما نوشته های اولیه در مورد فرهنگ و سازمان و نیز فرهنگ سازمانی از سال های آخر دهه ۱۹۶۰ و اوایل ۱۹۷۰ شکل یافته اند. (آمارو، الوز و سوسا، ۲۰۲۰).

ادگار شاین یکی از مهم ترین اندیشمندان است که کمک بسیاری در طرح و بسط مفهوم فرهنگ و سازمان نموده است. او در آثار خود به مفهوم فرهنگ به معنی وسیع کلمه و تاثیر متقابل فرهنگ و مدیریت پرداخته است. اغلب اندیشمندان که فرهنگ را تعریف نموده اند توافق دارند که فرهنگ به معنی شیوه خاص زندگی مردم است. بدین ترتیب فرهنگ سازمانی نیز اشاره به شیوه زندگی افراد در یک، سازمان دارد. به طور کلی فرهنگ به عنوان اعتقادات، ارزش ها، قوانین، هنجارها، نمادها و سنت های مشترک گروهی از افراد تعریف شده است. فرهنگ موضوع مهم بسیاری از مطالعات بوده است و در سه دهه اخیر، تعداد قابل توجهی از مطالعات تلاش کرده اند تا ابعاد مختلف فرهنگ را مشخص و تعریف کنند. در این میان معروف ترین مطالعه مربوط به هافستد^۲ (۱۹۸۰ و ۲۰۰۱) است (والکر، ۲۰۲۰). هافستد در سال ۱۹۸۰ تفاوت های چشم گیری را میان کشورهای مختلف بیان نموده است که به دلیل تفاوت در برخی ابعاد اصلی فرهنگ بوده است و این ابعاد عبارتند از: فاصله ی قدرت، اجتناب از عدم اطمینان، فردگرایی در مقابل گروه گرایی، مردسالاری در مقابل زن سالاری، جهت گیری بلند مدت؛ اما جدیدترین پژوهش در مورد فرهنگ که مورد استقبال بسیار زیادی نیز قرار گرفته توسط هاوس^۳ و همکارانش در سال ۲۰۰۲ انجام شده است. این مطالعه به پژوهش گلوب^۴ معروف است که در آن محققان، روابط میان فرهنگ اجتماعی، فرهنگ سازمانی و رهبری سازمانی را بررسی کرده اند. در مطالعه گلوب، فرهنگ به عنوان مجموعه ای از ارزش ها و اعتقادات مشترک

^۲ Hofstede

^۳ House

^۴ GLOB

تعریف شده است. فرهنگی گلوب یکی از جدیدترین مطالعات ارزش ها و فرهنگ سازمانی است که یافته های فرهنگی ۶۲ کشور را در ۹ بعد فرهنگی ترکیب کرده است. نتایج مطالعه گلوب نشان می دهد که تفاوت های فرهنگی تأثیر مهمی بر اقدامات سازمان ها داشته و نقش مهمی در نگرش ها و رفتارهای رهبران و اعضای سازمان ها دارد (پیزام، ۲۰۲۰).

دهه هشتاد را باید آغاز تحقیقات مجدد بر روی مسئله فرهنگ سازمانی به شمار آورد. علاقه برای انجام تحقیقات بیشتر بر روی فرهنگ سازمانی نشأت گرفته از عوامل گوناگونی می باشد. از جمله به این موارد می توان اشاره کرد: اولاً، دهه هشتاد آغاز جهانی شدن سازمان ها و کسب و کارها می باشد؛ لذا بحث هماهنگی بین کارکنان این گونه سازمان ها، بحث روز بود. ثانیاً، در این دهه مشخص شد که سطوح مختلف عملکرد سازمان را می توان به نوع فرهنگ سازمان مرتبط دانست. ثالثاً، فرهنگ سازمانی می تواند به عنوان منبعی برای ایجاد مزیت های رقابتی پایدار عمل کند؛ زیرا برخی از فرهنگ ها به راحتی قابل تقلید توسط رقبای نیستند و همچنین، از دلایل دیگر می توان به ظهور قدرت اقتصادی و صنعتی ژاپن به مثابه یک رقیب قابل توجه و مهم در برابر آمریکا اشاره کرد که محققان یکی از دلایل عمده آن را تفاوت های فرهنگی بین دو کشور دانسته اند (گارلیک، ۲۰۲۰).

در اواخر سال ۱۹۲۰ تحقیقی به منظور فهم کار سازمانی از بعد ضوابط فرهنگی توسط هاوتون انجام شد که بر اهمیت فرهنگ گروه های کاری، شیوه های ارتباطی خاص در جهت بهره وری و طرز برخورد مدیریت با کارکنان تأکید داشت. در این رابطه مک گریگور معتقد بود جنبش ارتباطات انسانی با مطالعات هاوتون آغاز شد و سرانجام به مدیریت، درک و شناخت فرهنگی سازمان ها منتهی شد. تحقیقی دیگر بر درک فرهنگ سازمانی در سال ۱۹۷۰ تحت عنوان اثر فرهنگ روی عملکرد سازمانی و بررسی چگونگی ایجاد و حفظ و نگهداری فرهنگ سازمانی نشان داد برخلاف دیدگاه های قبلی که فرهنگ سازمانی به عنوان پدیده ای طبیعی و غیر قابل کنترل پنداشته می شد، نگرش جدید بر این باور بود که فرهنگ سازمانی دارای رقابتی سازمان است که امکان مدیریت و کنترل آن در سطح بالایی وجود دارد (شاهو، ۲۰۲۰).

شرکت های دانش بنیان، اساساً کالا تولید نمی کنند و عموماً، زمین یا ماشین آلات خاصی نیز ندارند. بلکه همیشه عده ای از افراد تحصیل کرده و باتجربه اطلاعاتی تولید می کنند که این اطلاعات، محصولات اصلی شرکت محسوب شده و برایشان درآمدزایی دارد. بحث طرح های صنعتی و مالکیت معنوی محصولات، همیشه از دغدغه های اصلی شرکت محسوب می شود که حفظ حقوق معنوی این اطلاعات، یکی از مهم ترین مسائل حقوقی در شرکت های دانش بنیان می باشد، زیرا اصولاً این دارایی ها قابل لمس نمی باشند.

تعریف فرهنگ سازمانی

فرهنگ سازمانی به عنوان نظام اعتقادات و باورهای اساسی، ارزش ها و الگوهای اساسی رفتاری که عموماً افراد سازمان پایبند آن بوده و در طول زمان توسعه یافته اند تعریف می شود (زارعی متین، ۱۳۸۸).

فرهنگ سازمانی یک راهنما برای کلیه فعالیت های یک سازمان در نظر گرفته می شود، به موجب آن، فرهنگ سازمانی اهداف، چشم انداز، مأموریت و برنامه های توسعه ای سازمان را منعکس می کند؛ بنابراین، فرهنگ سازمانی واقعاً بر عملکرد عملیاتی سازمان ها تأثیر گذاشته است (کوارتنگ و آوه، ۲۰۱۸).

فرهنگ سازمانی یک ابزار انگیزشی جهت ارتقا عملکرد سازمان است (جوفره و معصومی، ۲۰۱۳). فرهنگ سازمانی، مفهومی پیچیده و انتزاعی است. مفاهیم اندکی در نظریه های سازمان وجود دارند که به اندازه مفهوم فرهنگ سازمانی تعاریف متعدد و حتی متضادی برای آن‌ها ارائه شده باشد (بارنی، ۱۹۸۶).

تعریف فرهنگ سازمانی شایسته

فرهنگ سازمانی شایسته مهارتی است که مدیران می توانند در سطوح فردی و سازمانی توسعه دهند تا به طور اثربخش و کارآمد با کارکنان فعالیت کنند. به طور کلی می توان بیان کرد، فرهنگ سازمانی شایسته بیان کننده وجود هماهنگی و تطبیق مؤلفه های فرهنگ سازمان با نظام ارزش ها، اهداف و استراتژی سازمان و انسجام بین مؤلفه ها بوده و مشتاقانه توسط افراد آن سازمان حفظ و رعایت می شود و می تواند برای سازمان نقش یک سرمایه اصلی را ایفا کند. سازمان برای دستیابی به این امر باید از طریق پژوهش ها و کسب نظر از ذی نفع های مهم، مهم ترین مؤلفه های فرهنگی مؤثر جهت دستیابی به اهداف و خدمت بهتر به مشتریان را شناسایی و ترویج دهد. یک فرهنگ سازمانی شایسته، اعضای سازمان از زمینه های مختلف بایستی ارزش ها، اعتقادات و نمادهای سازمان را به اشتراک بگذارند. (موسوی و دیگران، ۱۳۹۲)

تعریف دانش

بدون داشتن ایده ای مشخص از دانش، هیچ پروژه مدیریت دانش نمی تواند موفقیت آمیز باشد؛ بنابراین، مهم است که درک کنید دانش چه چیزی را تشکیل می دهد و چه تفاوتی با اصطلاحات اطلاعات و داده ها دارد. اصطلاح دانش همیشه استفاده می شود. گاهی اوقات به معنای خبره است و از طرف دیگر خرد (فراست، ۲۰۱۷).

تعریف دانش بنیان

در شرکت های دانش بنیان، رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال متناسب با ظرفیت نوآوری تحقق می یابد. بدین معنی که دستاوردهای تحقیق و توسعه به طور پیوسته از طریق سرمایه گذاری به محصول، فرایند و یا سیستم های نوین تبدیل می گردد و دسترسی به ظرفیت های سرمایه گذاری برای کارآفرینان و پژوهشگران عامل مهمی در ایجاد نوآوری و بهره برداری از توان فناوری در اقتصاد ملی است (پیل و اندر کارلیو، ۲۰۱۶).

بدون داشتن ایده ای مشخص از دانش، هیچ پروژه مدیریت دانش نمی تواند موفقیت آمیز باشد؛ بنابراین، مهم است که درک کنید دانش چه چیزی را تشکیل می دهد و چه تفاوتی با اصطلاحات اطلاعات و داده ها دارد. اصطلاح دانش همیشه استفاده می شود. گاهی اوقات به معنای خبره است و از طرف دیگر خرد (فراست، ۲۰۱۷).

زمینه های فعالیت شرکت های دانش بنیان

- ۱- انجام تحقیقات کاربردی
- ۲- ارائه خدمات تخصصی و مشاوره ای (خدمات علمی و تحقیقاتی و فنی)
- ۳- تولید محصولات یا فناوری نوین (توسعه فناوری)
- ۴- انجام خدمات نظارتی بر تحقیقات پژوهشی، اجرایی و مشاوره ای
- ۵- ارائه خدمات توسعه کارآفرینی
- ۶- ایجاد مراکز رشد و خدمات ایجاد و توسعه کسب و کار
- ۷- ارائه خدمات توسعه محصول جدید
- ۸- ارائه خدمات ورود کسب و کار به بازار بین المللی و جهانی کردن آن‌ها

۹- برنامه‌ریزی و اجرای طرح‌های توسعه‌ی کارآفرینی در سطوح ملی، منطقه‌ای و محلی (محمدآبادی، نیازآذری و جباری، ۱۳۹۷).

حمایت‌های دولتی از شرکت‌های دانش‌بنیان

شرکت‌های دانش‌بنیان از حمایت‌های دولتی نظر معافیت از پرداخت مالیات، عوارض حقوقی گمرکی و سود بازرگانی و عوارض مالیاتی به مدت ۱۵ سال و همچنین اعطاء تسهیلات کم‌بهره (بلندمدت یا کوتاه‌مدت) و یا بی‌بهره برخوردار می‌باشند (نظرپوری و شاه‌سیاه، ۱۳۹۷).

شاخص‌های تشخیص شرکت‌های دانش‌بنیان

شاخص‌های تشخیص شرکت‌های دانش‌بنیان، به دودسته شاخص‌های عمومی و اختصاصی تقسیم می‌شوند. شرکت‌های متقاضی باید علاوه بر شاخص‌های عمومی، شرایط مشخص‌شده در یکی از سه دسته شاخص‌های اختصاصی را نیز احراز نمایند.

الف- شاخص‌های عمومی حداقل دوسوم از اعضای هیأت مدیره شرکت، حداقل دو مورد از شرایط ذیل را احراز کنند.

۱- حداقل دارای مدرک کارشناسی باشند.

۲- حداقل ۳ سال سابقه فعالیت کاری یا علمی در حوزه فعالیت شرکت و یا سابقه مدیریتی داشته باشند.

۳- دارای حداقل یک اختراع ثبت‌شده ارزیابی‌شده داخلی یا یک اختراع بین‌المللی مرتبط با حوزه کاری شرکت باشند.

۴- حداقل نیمی از درآمد شرکت در یک سال مالی گذشته شرکت، ناشی از فروش فناوری، کالا و یا خدمات دانش‌بنیان (شامل خدمات تحقیق و توسعه و طراحی مهندسی مرتبط با فهرست کالاهای دانش‌بنیان و خدمات تخصصی دانش‌بنیان) آن شرکت از طریق قرارداد باشد.

۵- سابقه بیمه پرداختی برای حداقل ۳ نفر از کارکنان تمام‌وقت شرکت، حداقل ۶ ماه باشد.

ب- شاخص‌های اختصاصی شرکت متقاضی باید علاوه بر دارا بودن شاخص‌های عمومی، واجد کلیه شرایط اختصاصی در یکی از دسته‌های ذیل نیز باشند:

۱- شرکت‌های تولیدکننده کالاهای دانش‌بنیان

۲- شرکت باید تولیدکننده کالا یا کالاهای دانش‌بنیان مطابق فهرست کالاهای دانش‌بنیان مصوب کارگروه باشد که در ۲ سال گذشته آن‌ها را در قالب کالاهای جدید یا ارتقاء یافته عرضه کرده و دانش فنی آن را به واسطه انتقال یا ایجاد دانش فنی، از طریق فعالیت‌های تحقیق و توسعه، نهادینه شده است (شیرین، فروزنده، دانایی‌فرد و خائف‌الهی، ۱۳۹۶).

معیارهای تشخیص محصولات

طبق آیین‌نامه، معیارهای سه‌گانه‌ی محصولات دانش‌بنیان نیز عبارت است از:

دارای پیچیدگی فنی بوده و تولید آن نیاز به تحقیق و توسعه‌ی هدفمند، توسط یک تیم فنی خیره داشته باشد، در حوزه‌ی فناوری‌های بالا و متوسط به بالا باشد، همچنین تحقیق و توسعه برای حفظ توان رقابتی آن محصول در بازار، به صورت مداوم انجام شود و عمده ارزش افزوده‌ی آن کالا، خدمات ناشی از دانش فنی و ...، نوآوری فناورانه باشد. لذا بر اساس "آیین‌نامه‌ی تشخیص شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان، شرکت‌های متقاضی باید علاوه بر کسب شرایط ذکرشده در شاخص‌های عمومی (شامل کسب حداقل درآمد ذکرشده‌ی ناشی از فروش فناوری، کالا و خدمات دانش‌بنیان، نیروی انسانی و سابقه‌ی بیمه‌ی کارکنان)، کلیه‌ی شرایط مشخص شده در شاخص‌های اختصاصی این آیین‌نامه را نیز احراز نماید (تیموری‌تایبه و حسن‌زاده، ۱۳۹۴).

بر اساس "آیین‌نامه‌ی تشخیص شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان" مصوب کارگروه ارزیابی و تشخیص صلاحیت شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان و نظارت بر اجرا" یکی از شرط‌های لازم برای شرکت‌های تولیدکننده و دانش‌بنیان، تولید کالاهای دانش‌بنیان می‌باشد. طبق دو رویکرد، این محصولات مشخص شده است:

۱) حوزه‌هایی که وجود کالاهای دانش‌بنیان و یا فناوری برتر در آن‌ها وجه غالب را دارد و متوسط فعالیت‌های تحقیق و توسعه در آن‌ها بیشتر از سایر حوزه‌های فناوری و صنعتی است. نظیر حوزه‌های فناوری زیستی (پزشکی، کشاورزی، صنعتی و محیط‌زیست)، فناوری نانو (محصولات و مواد)، فوتونیک و اپتیک (مواد قطعات و سامانه‌ها)، فناوری اطلاعات و ارتباطات و نرم‌افزارهای کامپیوتری، انرژی‌های نو (هسته‌ای و تجدیدپذیر) دارو، الکترونیک، مواد پیشرفته، ساخت و تولید پیشرفته و هوافضا (پرنده‌ها، ماهواره‌ها و موشک‌ها) و

۲) سایر حوزه‌ها و بخش‌هایی که وجود کالاهای دانش‌بنیان در آن‌ها غلبه ندارد، اما رسوخ فناوری‌های برتر و ظهور محصولات دانش‌بنیان در آن‌ها مشاهده می‌شود. (نظیر نفت و گاز، عمران و حمل‌ونقل، برق، معدن کشاورزی، آب‌وهوا) (شیخ‌الاسلام و قاسمی‌درآباد، ۱۳۹۷).

مدل های فرهنگ سازمانی

فرهنگ سازمانی از دیدگاه نظریه پردازان، دارای گونه‌های مختلفی می‌باشد که به صورت اجمالی به اشکال و انواع آن اشاره می‌شود:

مدل هریسون^۶ - هندی^۷

در سال ۱۹۷۸ هندی، ایده‌های هریسون را به کار گرفت و چهار گونه فرهنگ را در اشکال ساده توصیف کرد. او به جای فرهنگ‌های حمایتی و موفقیتی که هریسون شناسایی کرده بود، فرهنگ‌های وظیفه و شخص را به کار برد.

- فرهنگ قدرت (تار عنکبوتی)
- فرهنگ نقش (معبد یونانی)
- فرهنگ وظیفه (شبکه‌ای)
- فرهنگ شخص (خوشه‌ای)

^۶ Harrison

^۷ Handy

مدل شاین^۸

شاین سه نوع فرهنگ مدیریتی را بیان می کند این فرهنگ ها عبارتند از:

متصدیان (فرهنگ متصدی): گروهی که به نوعی با ما کار می کنند، متصدیان نامیده می شوند و نیز به مدیران صف و کارگرانی که در ساخت و تحویل تولیدات و خدماتی که رسالت اصلی سازمان را به انجام می رسانند دخالت می کنند، گفته می شود.

فرهنگ مهندسی: در هر سازمانی مرکز تکنولوژیکی زمینه سازمان را تشکیل می دهد و این تکنولوژی بوسیله چندین نوع از مهندسين که دارای یک فرهنگ کاری مشترک می باشند طراحی و نظارت می شود.

فرهنگ اجرایی (هئیت رئیسه): اگر کسی در سازمان های وسیع جهانی جستجو کند، یک اجتماعی از دفاتر را شناسایی خواهد کرد که مفروضاتی مانند وقایع روزانه، وضعیتها نقش شان مشترک می باشد از نردبان ترقی در این موقعیتها بالا می روند (شاین ۱۹۹۶).

مدل شولز^۹

شولز در ۱۹۸۷ پنج گونه فرهنگی را شناسایی نمود و هر کدام از این فرهنگ ها در سه بعد متفاوت فرهنگ توصیف می شوند. این ابعاد عبارتند از:

تحول (چطور فرهنگ ها در طول زمان تغییر می کنند)

عوامل داخلی (چطور شرایط محیط داخلی یک سازمان در فرهنگ آن تاثیر می گذارد)

عوامل خارجی (چطور محیط خارجی یک سازمان فرهنگش را متاثر می سازد)

شولز در باب بعد خارجی، از دیل و کندی اقتباس کرده است. شولز از این ابعاد، ۵ گونه فرهنگی را نتیجه گرفت که شامل: ثبات، فعال، آینده نگر، اکتشاف و خلاق می باشد. او خصوصیات این ۵ گونه فرهنگی را با استناد به پنج معیار شخصیت، زمان مدار، ریسک پذیری، شعار، تغییر مداری در غالب بعد تحول توصیف می کند.

مدل کوین^{۱۰} و مک گرات^{۱۱}

طبق تحقیقاتی که توسط کوین و مک گرات در سال ۱۹۸۵ در سازمان ها انجام شده و از اطلاعات بدست آمده از این تحقیقات، چهار گونه فرهنگ عام معرفی شده اند.

فرهنگ عقلایی (بازار)

فرهنگ ایدئولوژیکی یا مرامی (ادهو کراسی یا ویژه سالاری)

فرهنگ طایفه (قومی)

فرهنگ سلسله مراتبی (سلسله مراتب) (براون ۱۹۹۵).

^۸ Shaine

^۹ Sholes

^{۱۰} Quinn

^{۱۱} Mac grath

مدل دنیسون

دانیل دنیسون^{۱۲} (۲۰۰۰) تحقیقاتی را در زمینه فرهنگ سازمان و تغییر در سازمان انجام داده است. وی در مدل خود ابعاد فرهنگ را برای سازمان ها در چهار محور اصلی شامل درگیر شدن در کار، سازگاری، انطباق پذیری و رسالت در نظر می گیرد که هر یک از این ابعاد خود با سه شاخص اندازه گیری می شوند.

مدل رایبیز

از دید رایبیز (۱۳۸۱)، ۴ نوع فرهنگ وجود دارد

فرهنگ علمی: سازمان های دارای فرهنگ علمی بیش تر به یادگیری، پرورش و تقویت شخصیت های علمی و تخصصی تاکید دارند. لذا به استخدام افراد جوان تمایل نشان می دهند.

فرهنگ باشگاهی: در این سازمان ها تاکید بر تناسب داشتن روحیه افراد به وفاداری و تعهد نسبت به سازمان است. در این فرهنگ ارشدیت، سنوات خدمت در سازمان، معیار عمده اهمیت و ارزش افراد است.

فرهنگ تیمی: سازمان های دارای فرهنگ تیمی، بر نوآوری و آزادی عمل تاکید دارند.

فرهنگ تدافعی: برعکس فرهنگ تیمی که به اختراع، نوآوری و اکتشاف توجه دارند، این فرهنگ بر حفظ و بقای سازمان توجه دارد و امنیت شغلی حائز اهمیت است.

مدل هافستد

از دیدگاه هافستد (۱۹۸۰) نیز فرهنگ سازمانی متأثر از ۵ بعد به شرح زیر می باشد:

فاصله قدرت: میزان نابرابری یا تفاوت قدرت دو فرد. فاصله قدرت زیاد حاکی از این است که صاحبان قدرت یا چهره های صاحب اختیار از امتیازاتی بهره مند هستند که در چارچوب روابط قوی و مشخص فرادست-فرو دست میان اعضای سازمان شکل گرفته است.

اجتناب از عدم اطمینان: میزان ثبات یا قابلیت پیش بینی سازمان که از سوی اعضای ترجیح داده می شود. اجتناب از عدم اطمینان زیاد، بیانگر آن است که اعضای سازمان به شدت برای قوانین و مقررات کتبی و توافق جمعی ارجحیت قائل اند و در برابر سطوح بالای اضطراب و فشار آسیب پذیرترند.

فرد گرایی - گروه گرایی: میزان اهمیت و ارزشی که سازمان برای استقلال و آزادی های فردی قائل است.

مرد سالاری - زن سالاری: میزان توجه به چیزهای مادی به عنوان ارزش های مردانه و میزان توجه جامعه به انسان ها به عنوان ارزش های زنانه.

جهت گیری بلند مدت - کوتاه مدت: میزان توجه به اهداف و آرمان های بلند مدت و کوتاه مدت.

مدل کوئین و روربا^{۱۳}

کوئین چهار گونه فرهنگی را بیان کرده است. این ۴ مورد شامل:

فرهنگ سلسله مراتبی: این فرهنگ، بر نظریه بروکراسی و بر استوار است که در آن بر سنت ها، رسمیت، پایداری و همکاری تاکید می شود.

^{۱۲} Denison

^{۱۳} Rorba

فرهنگ بازار: در این فرهنگ بر نظارت و پایداری تاکید می شود و به مسائل برون سازمانی بیش از مسائل درون سازمانی اهمیت داده می شود

فرهنگ قومی (قبیله ای): این فرهنگ انعطاف پذیری را ارزش می داند و به پایداری و نظارت کم تر گرایش دارد.

فرهنگ ویژه سالاری (ادهو کراسی): این فرهنگ به مسائل برون سازمانی و انعطاف پذیری بیشتر از پایداری و نظارت گرایش دارد (گونر^{۱۴} ۲۰۰۱).

مدل تطبیقی کوفای^{۱۵} و همکاران

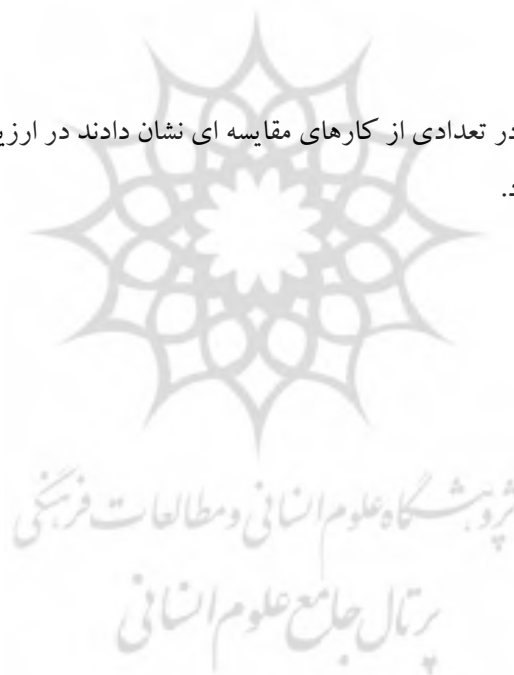
در این مدل از چهار بعد به بررسی فرهنگ سازمانی پرداخته شده است (کوفای و دیگران ۲۰۱۰)

- بعد هماهنگی
- بعد حمایتی یا پشتیبانی
- بعد مقرراتی
- بعد نوآوری

مدل اوریلی و کالدول^{۱۶}

اوریلی و کاردول در سال ۱۹۹۱ در تعدادی از کارهای مقایسه ای نشان دادند در ارزیابی فرهنگ سازمانی هفت جنبه می تواند مورد اندازه گیری قرار گیرد.

- نوآوری و خطر جویی
- توجه به جزئیات
- بازده گرایی
- مردم گرایی
- گروه گرایی
- پرخاشگری
- ثبات قدم.



^{۱۴} Guner

^{۱۵} Kuofie

^{۱۶} Orly & caldol

مدل شایستگی های مدیریتی بویاتزیس

بویاتزیس 21 ویژگی را که با عملکرد موثر در یک شغل مرتبط است شناسایی کرد. این ویژگی ها شامل جهت گیری به سمت کارآیی، آینده نگری، قضاوت، کارساز بودن، اعتماد به نفس، ارائه سخنرانی، مفهوم سازی (فقط برای سطح میانی و اجرایی)، استفاده از قدرت اجتماعی، مدیریت فرآیندهای گروهی (فقط برای سطح میانی و اجرایی)، شفافیت ادراکی، خودکنترلی، داشتن تحمل و طاقت، استفاده از قدرت یکجانبه، خود ارزیابی درست، نگرش مثبت، خودانگیزختگی، تفکر منطقی، دانش تخصصی، پرورش دیدگران، توجه همراه با تاثیر، حافظه (هوش) است (شیخ، 1389).

مدل اسکرودر

اسکرودر شایستگی های مدیران را در سطوح شایستگیهای سطح اول، شایستگی های دانشی و شایستگی های عملکرد بالا معرفی می کند. شایستگی های سطح اول شامل ویژگی های فردی، شایستگی های دانشی شامل مهارت های پایه مورد نیاز برای انجام کارهای مدیریتی و شایستگی های عملکرد بالا شامل شایستگی های شناختی (جستجوی اطلاعات، تشکیل مفهوم، انعطاف پذیری مفهومی)، دانشی (جستجوی بین فردی، تبادلات، جهت یابی توسعه ای)، رهبری (اعتماد به نفس، سخنرانی، تاثیر) و دستیابی (جهت یابی فعال و جهت یابی دستیابی) است (اسکرودر، 1989).

مدلگی

بر اساس این مدل قابلیت های مدیران بین المللی عبارتند از (۱) مذاکره بین المللی (۲) استراتژی بین المللی (3) دگرپذیری فرهنگی (4) آگاهی های جهانی (5) تشکیل تیم های بین المللی (گی، 1995).

مدل شایستگی (JCS)

این مدل شایستگی ها را در 6 گروه شایستگی های فکری (جمع آوری اطلاعات، تجزیه و تحلیل مشکل، تفسیر عددی، قضاوت، قوه ذهنی انتقادی، خلاقیت، برنامه ریزی، دور اندیشی، آگاهی های سازمانی، آگاهی های پیرامونی و محیطی، یادگیری گرای، کارشناس فنی)، شخصی (انطباق پذیری، استقلال، درستی، تحمل استرس، انعطاف پذیری، آگاهی از جزئیات، خود مدیریتی، تغییر گرای)، ارتباطات (خواندن، مهارت های نوشتاری، گوش دادن، بیان شفاهی، ارائه شفاهی)، بین فردی (نفوذ، حساسیت، انعطاف پذیری، تعالی، مذاکره، تشویق کننده)، رهبری (سازماندهی، توانمند سازی، ارزیابی، انگیزه دادن به دیگران، توسعه دادن دیگران، هدایت) و نتیجه گرای (ریسک پذیری، قاطعیت، شم تجاری، انرژی، تعالی گرای و برتری جویی، ابتکار، مشتری گرای) طبقه بندی کرده است (سانگی، 2007).

مدل اسپنسر

از نظر او شایستگی شامل سه بعد آشکار، نهان و ارزش و 6 مولفه است. بعد آشکار شامل دو مولفه دانش و مهارت و بعد پنهان شامل سه مولفه ی خود مفهومی، ویژگی های فردی و انگیزه است (اسپنسر، 1993).

پیشینه پژوهش

در این قسمت به مهمترین پژوهش های صورت گرفته در حوزه فرهنگ سازمانی پرداخته شده است. رودی و همکاران (۱۳۹۸)، در پژوهشی با عنوان: نقش رهبری سازمانی و فرهنگ سازمانی بر میزان استفاده از دانش ضمنی کارکنان دانشگاه های دولتی ایران، پرداختند. روش پژوهش، ترکیبی (کمی-کیفی) بود و در دو مرحله انجام شد. تحلیل حاصل از داده ها، نشان داد بین مؤلفه های رهبری سازمانی و جنسیت در دو بعد تیم سازی و مربی گری تفاوت

معناداری وجود دارد به طوری که مردان نمره بالاتری نسبت به زنان به این مؤلفه داده‌اند همچنین در بعد مؤلفه‌های رهبری سازمانی و تأهل، در بین تمام مؤلفه‌ها تفاوت معناداری وجود ندارد. در رابطه با تأثیر مؤلفه‌های رهبری سازمانی و تحصیلات، نتایج نشان داد بین مؤلفه بهبود مستمر عملکرد و تحصیلات تفاوت معناداری وجود دارد به طوری که افراد با تحصیلات بالاتر، نمره پایین تری در رهبری سازمانی بدست آورده‌اند. نتایج نشان داد، بین مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی و جنسیت و تأهل تفاوت معناداری وجود ندارد؛ اما در بین مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی و تحصیلات، تنها مؤلفه انسجام و هماهنگی با تحصیلات تفاوت معناداری وجود دارد به طوری که افراد با تحصیلات بالاتر، نمره پایین تر در فرهنگ سازمانی بدست آورده‌اند. یافته‌ها نشان داد، بین تسهیم دانش ضمنی و جنسیت، تأهل و تحصیلات تفاوت معناداری وجود ندارد. براساس نتایج پژوهش، انتقال دانش ضمنی می‌تواند کارکنان کتابخانه‌های دانشگاهی را در رسیدن به اهداف سازمانی علاقه مند و فعال کند. روش نمونه گیری در مرحله دوم (مرحله کیفی) هدفمند و تعداد اعضای نمونه ۱۲ نفر از متخصصان مدیریت دانش بودند. معیار اصلی در خصوص تعداد افراد رسیدن به اشباع نظری بود. ابزار پژوهش، در مرحله اول مصاحبه نیمه ساختار یافته بود. تجزیه و تحلیل داده‌ها در این مرحله، بر اساس تحلیل سه سطح کدگذاری اشتراوس و کوربین شامل کد گذاری باز، کد گذاری محوری و کد گذاری انتخابی صورت گرفت. حسینی و همکاران (۱۳۹۸)، در پژوهشی با عنوان، شناسایی و اولویت بندی موانع رفتاری استقرار نظام شایستگی در استانداری گیلان بر اساس مدل ساختاری - تفسیری (ISM)، پرداختند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد خویشاوندگرایی، پارتی بازی و قانون گریزی، وجود روابط دوستانه ناشی از فرهنگ ایرانی در روابط کاری و ضعف شخصیتی برخی مدیران سازمان و گماردن افراد متنفد در چندین پست حساس مدیریتی بدون توجه به ساختار سازمانی و اصل شایسته سالاری، از جمله مهم ترین موانع رفتاری هستند که بیشترین تاثیرگذاری در استقرار نظام شایستگی را دارند. رنجبر (۱۳۹۷)، به طراحی الگوی تغییر فرهنگ سازمانی با توجه به رویکرد توسعه اخلاق کار و شناسایی نقاط اهرمی آن به روش آمیخته در سازمان‌های دولتی (مورد مطالعه: استان گلستان)، پرداختند. در پژوهشی به طراحی الگوی تغییر فرهنگ سازمانی با رویکرد توسعه اخلاق و شناسایی نقاط اهرمی آن در سازمانهای دولتی پرداخته است. هشت مفهوم: رویکرد راهبردی به اصلاح اخلاق کار (مقوله راهبردی)، مدیریت ارزشهای سازمانی (مقوله مداخله گر)، مدیریت عملکرد تغییرمدار (مقوله زمینهای)، رهبری تحول گرا (مقوله علی)، کارکنان حامی تغییر (مقوله زمینهای)، مدیریت دانش و اطلاعات تغییر (مقوله راهبردی)، سازماندهی متناسب با تغییر (مقوله راهبردی) و مقوله هشتم به عنوان پیامدها مقوله‌بندی و در قالب مدل پارادایمی تحقیق تدوین گردید. نتایج نشان داد که رهبری تحول گرا، رویکردهای راهبردی و کارکنان حامی تغییر و مدیریت دانش و اطلاعات و تغییر بالاترین تأثیر را دارند. تیموری و همکاران (۱۳۹۷)، در پژوهشی به طراحی نظام جبران خدمات شایسته محور با رویکرد جانشین پروری پرداخته است که نتایج این پژوهش در بخش کیفی بیانگر آن است که مؤلفه های نظام جبران خدمات شایسته محور ۲۵ مؤلفه در پنج بعد شامل: شایستگی، آینده نگری، انعطاف پذیری، عدالت و جامعیت میباشد. در بخش کمی یافته‌ها نشان داد که از بین ابعاد اصلی، بعد شایستگی بیشترین تاثیر را در جبران خدمات شایسته محور کارکنان دارد.

قدیریان و همکاران (۱۳۹۶)، با عنوان طراحی و تدوین مدل رهبری، فرهنگ و جوسازمانی مناسب برای بهبود عملکرد سازمان‌های نوآور "مورد مطالعه: سازمان‌های تحقیق و توسعه وزارت نفت، پرداختند. اغلب پژوهشگران معتقدند رهبری، فرهنگ و جو سازمانی مهمترین عوامل موثر بر عملکرد این سازمان‌ها هستند. ولی در زمینه چگونگی

تأثیر همزمان این عوامل بر عملکرد این سازمان‌ها تاکنون مطالعه‌ای صورت نگرفته است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که که رهبران اثر مستقیم معنی داری بر بهبود عملکرد این سازمان‌ها ندارند زیرا فرهنگ و جو سازمانی میانجی و تعدیل کننده رابطه رهبری و عملکرد هستند؛ بنابراین رهبران باید از دخالت‌های مستقیم در امور پژوهشی پرهیز نمایند و از طریق توسعه فرهنگ و شکل دادن به جو سازمانی نوآور، بهره‌وری و عملکرد این سازمان‌ها را بطور مستمر بهبود بخشند. زارع و همکاران (۱۳۹۶)، با عنوان، مدیریت فرهنگ سازمانی: ارائه یک چارچوب منسجم کیفی - کمی به عنوان راهنمای طراحی الگوی فرهنگ سازمانی، پرداختند. با توجه به نقش فرهنگ در اثربخشی سازمانی، شناخت و طراحی الگوی فرهنگ سازمانی مهم جلوه میکند. با توجه به وجود انتقاداتی نسبت به روششناسی برخی پژوهشهای صورت گرفته در زمینه طراحی الگوی فرهنگ سازمانی، پژوهش مذکور با هدف ارائه یک چارچوب منسجم کیفی - کمی به منظور طراحی الگوی فرهنگ سازمانی صورت گرفته است. نتایج نشان داد، پنج بُعد شامل فرهنگ رابطهمدار، فرهنگ دانشمحور؛ فرهنگ بازارمحور؛ فرهنگ بوروکراتیک و فرهنگ ارزشمحور؛ به همراه ۱۴ مؤلفه و ۴۲ شاخص شناسایی شدند. نرگس قدسیان و همکاران (۱۳۹۴)، با عنوان الگوی فرهنگ سازمانی سازمان‌های آموزشی (EOCM) (مورد مطالعه: آموزش و پرورش شهر بیرجند)، پرداختند. در پژوهشی که با هدف تعیین مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی آموزش و پرورش صورت گرفته است. این تحقیق از نوع زمینه‌یابی است که در آن رویکرد استقرایی و روش کیفی نظریه پردازی داده‌بنیاد چندگانه، با به کارگیری مصاحبه مسئله محور و الگوی شاین برای سنجش فرهنگ، به کار گرفته شده است. پس از تحلیل داده‌ها، الگوی فرهنگ سازمانی آموزش و پرورش در سه بُعد «انطباق بیرونی» با چهار شاخص یادگیری سازمانی، مشتری‌مداری، چشم انداز و پیشرو و فعال؛ «هماهنگی درونی» با چهار شاخص دانش‌گرایی، مشارکت قانونمند، ارزش‌های محوری، نگاه سرمایه‌ای به انسان و «روابط انسانی» با چهار شاخص کرامت ذاتی و اکتسابی، انگیزه، منافع ملی، رشد و تعالی، با مرکزیت آموزه‌های دینی، «حیات طیبه» طراحی شد. محمد رضا اردلان و همکاران (۱۳۹۴)، به تحلیل رابطه فرهنگ سازمانی بر اساس مدل دنیسون و پذیرش فناوری، پرداختند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد از دید کارکنان، چهار مؤلفه: درگی شدن در کار (مشارکتی)، انطباق پذیری، ثبات (سازگاری) و مأموریتی (رسالتی) تبیین کننده فرهنگ سازمانی در اداره کل آموزش و پرورش فارس می‌باشد؛ و دو مؤلفه فرهنگ مشارکتی و انطباق پذیر (انعطاف پذیر) نقش بیشتری در توصیف فرهنگ سازمانی داشته‌اند. در سازمانی که فرهنگ مشارکتی و انطباق پذیری حاکم است، کارکنان در برنامه‌ریزی‌ها بیشتر دخالت داده می‌شوند و در جهت توانمند کردن آنها از طریق بهبود مهارت‌ها و ارتباطات تلاش بیشتری صورت می‌گیرد. همچنین این نوع فرهنگ باعث تسهیل تغییرات در سازمان می‌شود، زیرا مقاومت در برابر تغییرات در این سازمانها کمتر هست. در این پژوهش فرهنگ سازمان به عنوان یک متغیر برون داد با تأثیر مستقیم و غیر مستقیم بر متغیرهای میانجی (سهولت ادراک شده، مفید بودن ادراک شده، نگرش به استفاده از فناوری، تصمیم به استفاده از فناوری) در پذیرش فناوری اطلاعات توسط کارکنان موثر هست. عبدالمنافی و نساجی کامرانی و همکاران (۱۳۹۳)، به طراحی الگوی فرهنگ سازمانی بکاربرنده و ایجاد کننده دانش پرداختند. نتایج این پژوهش از تجزیه و تحلیل اطلاعات حاکی از آن است که تعلق سازمانی، خلاقیت فردی، انسجام، مسئولیت پذیری، الگوی ارتباطات و فاصله قدرت از عوامل تبیین کننده فرهنگ سازمانی در ایران بوده و فرهنگ سازمانی ایجاد کننده و به کاربرنده دانش بر مدیریت دانش تأثیر دارند. زارعی متین و همکاران (۱۳۹۰)، به طراحی مدل فرهنگ سازمانی شایسته برای شرکتهای مشتری محور، پرداختند. امروزه صاحب‌نظران مدیریت و مدیران اجرایی بر

اهمیت و نقش به سزای فرهنگ سازمانی در راستای تحقق اهداف و پیشبرد امور سازمانها واقف بوده؛ بنابراین، درصد شناسایی و نیز چگونگی به کارگیری روشهایی مفید جهت تقویت جنبه های مثبت آن هستند. به طور کلی میتوان گفت، یکی از مشکلاتی که بر سر راه مدیران سازمانها برای شناخت ابعاد فرهنگی وجود دارد، انتخاب چارچوب مفهومی یا مدلی جامع، درست و عمیق از فرهنگ سازمانی است. به این منظور در پژوهش حاضر در آغاز به مطالعه گسترده ادبیات پژوهش پرداخته شده و بر پایه آن ابعاد و مؤلفه های فرهنگ سازمانی شایسته استخراج شده است. سپس به منظور تعیین میزان مناسب بودن این ابعاد و مؤلفه ها از نظر استادان و صاحب نظران مدیریت استفاده شده است. در نهایت با بهره گیری از ادبیات پژوهش و همچنین ابعاد و مؤلفه های شناسایی شده مدلی برای فرهنگ سازمانی شایسته در شرکتهای مشتری محور ارایه شده است. عنایای کردشولی با عنوان مدیریت فرهنگ سازمانی: طراحی مدلی بر مبنای چارچوب ارزش های رقابتی، پرداخت. یافته های این پژوهش نشان می دهد مدیران چگونه می توانند با مدیریت مناسب فرهنگ سازمانی، اثربخشی سازمان های خود را در بلند مدت بهبود بخشند. برای این منظور با مروری بر مهمترین مطالعات و مدل های موجود در این حوزه، یک مدل فرآیندی برای مدیریت فرهنگ سازمانی پیشنهاد شده است. به منظور اجرا و پیاده سازی مدل مذکور، مدل مفهومی مشخصی طراحی شده که در آن سه عامل عمده یعنی عوامل شکل دهنده فرهنگ و ویژگیهای فرهنگ و پیامدها و نتایج فرهنگ به طور همزمان مورد توجه قرار گرفته است. در این مدل برای شناخت فرهنگ موجود و مطلوب از چارچوب ارزشهای رقابتی استفاده شده است که چهار گونه فرهنگی را از هم متمایز می سازد. بر مبنای این مدل لازم است پس از تحلیل شکاف، برنامه های مناسبی برای ایجاد تغییرات فرهنگی در سازمان طراحی و اجرا شده و اثربخشی آن مورد ارزیابی قرار گیرد. ایران زاده و محمودی (۱۳۸۹)، با عنوان شناخت فرهنگ سازمانی بر اساس مدل دنیسون (مورد مطالعه: شرکت پلی نار)، پرداختند. یافته های این پژوهش نشان میدهد که فرهنگ سازمانی به عنوان یک ابزار جمع آوری اطلاعات عمل میکند و مدیران را قادر می سازد تا از این طریق اولاً بخش ها و گروه های کاری با یکدیگر مقایسه نمایند. ثانیاً مسائل را اولویت بندی کنند. ثالثاً ادراکات و انتظارات کارکنان را شناسایی نمایند تا بدین وسیله بتوانند شکاف بین وضع موجود و مطلوب را بهبود بخشند. در این پژوهش برای شناخت فرهنگ سازمانی شرکت پلی نار، ول دنیسون که مدلی به نسبت جدیدتر و کامل تر هست مورد استفاده قرار گرفته است. این مدل که توسط آقای دنیل دنیسون و در پی مطالعات فراوان ایشان طراحی شده است، فرهنگ سازمانی را براساس چهار بعد درگیر شدن در کار، سازگاری، انطباق پذیری و رسالت مورد ارزیابی قرار می دهد. برای ارزیابی هریک از ابعاد چهار گانه مذکور، سه شاخص تعریف شده است. در نهایت پس از جمع آوری و تحلیل اطلاعات بدست آمده، تصویر فرهنگ سازمانی شرکت پلی نار براساس مدل دنیسون طراحی شده است که گویای وضعیت فرهنگ این سازمان هست. بر این اساس شرکت پلی نار در تمام ابعاد چهار گانه در حد متوسط و بالاتر از متوسط قرار گرفته است و در مورد شاخصهای فرهنگی، بهترین وضعیت را در شاخص های ارزشهای بنیادی و توانمند سازی دارا می باشد. با این وجود در برخی از شاخص ها از جمله هماهنگی و یکپارچگی، اهداف و مقاصد، مشتری گرایی و توسعه قابلیت ها نیازمند بهبود است. یو پادهای (2020)، با عنوان: بررسی نقش واسطه ای فرهنگ سازمانی و دانش تحلیلی داخلی بین توانایی تجزیه و تحلیل داده های بزرگ و عملکرد یک شرکت، پرداختند. بنگاه های اقتصادی به طور فزاینده ای به بینش کسب و کار که با استفاده از تجزیه و تحلیل داده ها بدست آمده است، اعتماد می کنند؛ بنابراین تصمیمات تجاری مبتنی بر تجزیه و تحلیل، یک نقش ضروری استراتژیک را برای مزیت رقابتی یک شرکت

برای تحمل آن به عهده گرفته اند. میزان و اثربخشی شرکت‌های تجاری از طریق استفاده از روش‌های کلان مبتنی بر داده، به تجزیه و تحلیل عمیق و تحقیقات گسترده نیاز دارد. این مطالعه با بررسی اثرات میانجی فرهنگ سازمانی (CL) بین دانش تحلیلی داخلی (KN) و BDAC و همچنین اثرات واسطه‌ای BDAC بین CL و عملکرد شرکت، مدل قابلیت تجزیه و تحلیل داده‌های بزرگ (BDAC) را گسترش می‌دهد. این یافته‌ها متمرکز می‌شود که CL نقش میانجیگری مکمل بین BDAC و KN را برای تأثیر مثبت بر عملکرد شرکت (FP) بازی می‌کند. BDAC همچنین نقش میانجی مشابهی را بین CL و عملکرد یک شرکت بازی می‌کند. اکاساری و همکاران ((2020)، به بررسی فرهنگ سازمان بعنوان عامل کلیدی برای بهبود عملکرد پرستار، پرداختند. این مطالعه با هدف تحلیل تأثیر فرهنگ سازمانی بر کیفیت زندگی پرستاران (QNWL) و عملکرد پرستار، تأثیر QNWL بر عملکرد پرستار و نقش QNWL در ایجاد تأثیر فرهنگ سازمانی بر عملکرد پرستار در بیمارستان بابتیست است. نتایج نشان داد که فرهنگ سازمانی تأثیر معنی داری و مثبت بر عملکرد پرستار و QNWL دارد. با این حال، QNWL تأثیر قابل توجهی بر عملکرد پرستار ندارد؛ بنابراین، QNWL تأثیر فرهنگ سازمانی بر عملکرد پرستار را واسطه قرار نمی‌دهد. لنسی و همکاران ((2020)، به بررسی رابطه فرهنگ سازمانی، پایداری و دیجیتال سازی در SME ها: یک بررسی سیستماتیک، پرداختند. فرهنگ سازمانی، پایداری محیط زیست و دیجیتالی شدن در توسعه تجارت شرکت‌های کوچک و متوسط (تأثیر دارد. ابعاد مرتبط با فرهنگ سازمانی (به عنوان مثال، نگرش‌ها، هنجارها، مفروضات) احساس هویت می‌دهند و رفتار را تعیین می‌کنند. روش‌های دوم شامل رویکردهای کلی در مورد تأثیر سازمانی بر محیط طبیعی (پایداری محیطی) یا پذیرش فناوری‌های دیجیتال (دیجیتالی شدن) است که می‌تواند موجب تحولات عمیق مدل تجاری شود. این سه مفهوم به طور جداگانه بررسی شده‌اند و به رابطه آن‌ها توجه کمی شده است. برای اینکه SME ها بتوانند با موفقیت این رابطه پیچیده را مدیریت کنند، مطالعه ما با جمع‌آوری دانش موجود، اولین دیدگاه یکپارچه در مورد فرهنگ سازمانی، سطح پایداری محیط زیست و سطح دیجیتال سازی و تعاملات آن‌ها را ارائه می‌دهد. از طریق یک پروتکل بررسی ادبیات سیستماتیک که در صورت امکان با متاآنالیز تکمیل شده است، از بین 811 مقاله بررسی شده توسط همت، 80 مقاله قابل توجه را انتخاب کردیم. ما یک نقشه شبکه برای نمایش روابط بین سه مفهوم ایجاد کردیم. از تجزیه و تحلیل مسیر کمی در سه مسیر اصلی دو طرفه استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل کیفی، توسعه جدیدی برای چارچوب باور-اقدام-نتیجه (BAO) که برای اولین بار در مقاله ارائه شده است، ایجاد شده است. یافته‌های ما سیزده بعد اصلی را نشان می‌دهد و ده پیوند بین سازه‌های اصلی را شناسایی می‌کند. جهت‌گیری استراتژیک، توانایی‌های داخلی، مدیریت و نگرش‌ها بیشترین بررسی ابعاد فرهنگی است. علاوه بر این، ما اصطلاحاتی را به جای یکدیگر ادغام کردیم (به عنوان مثال Green IT و Green IS) که مفهوم جدیدی از ابزارهای دیجیتالی سازی سبز را معرفی می‌کنند. متاآنالیز روندهای روش تحقیق کاربردی، مکان‌های جغرافیایی تحقیق، مجلات برتر و علاقه روزافزون به رابطه را نشان داد. سرانجام، ما شکاف‌ها را در تحقیقات موجود و چالش‌های تحقیقات آینده را شناسایی می‌کنیم. انیولا و همکاران ((2019)، با عنوان تأثیر شدید فرهنگ سازمانی بر مدیریت کیفیت جامع در شرکت‌های کوچک و متوسط موجود در نیجریه، پرداختند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که این بررسی با استفاده از فرهنگ سازمانی به عنوان متغیری مداخله‌ای در رابطه، تأثیر مدیریت کیفیت جامع را بر روی عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط در نیجریه تجزیه و تحلیل نمود. نتایج ثابت نمود که مدیریت کیفیت جامع تأثیر مثبت فوری و چشمگیری را به عنوان تأثیری غیر مستقیم از

طریق فرهنگ سازمانی بر روی عملکرد شرکت های کوچک و متوسط دارد. مطالعات کنونی مانند هر تحقیق تجربی که ممکن است نتایج را تحت تاثیر خود قرار دهد، عاری از جلوگیری نیست. در هر صورت، چنین اموری دری را به روی آزمایشات آینده خواهند گشود. یکی از موارد مورد نیاز، بکارگیری اطلاعات نمونه با گردآوری اطلاعات در زمانی مجزا به منظور بررسی اجمالی است. اطلاعات جمع آوری شده تنها ابعاد ارتباط میان الگوها را نشان می دهند؛ این در حالیست که روابط غیر مهم می توانند بر پایه ی اکتشافات به دست آمده توصیه شوند که امکان دارد روابط دقیقی نباشند؛ بنابراین، این تحلیل با تاکید به تحلیلگر آینده تجویز می کند که علم اصول طولی را در بررسی تاثیر مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد شرکت های کوچک و متوسط بکار گیرد. بعلاوه، به منظور بانجام رسانیدن پژوهش، بر روی روش کمی که مورد استفاده قرار گرفته بود تمرکز می کند؛ در هر موردی می بایست روش های مختلفی را بکار گرفت، به عنوان مثال: مذاکره با صاحبان - مدیران شرکت های کوچک و متوسط می تواند به درک آن ها از چگونگی عملکرد مدیریت کیفیت جامع بطور اثر گذار کمک کند و یا روشن سازی این مورد که چرا برخی شرکت های کوچک و متوسط هنوز مدیریت کیفیت جامع ندارند. مانع دیگر تحلیل کنونی عدم وجود خلاصه سازی نتایج به زمینه ها و گروه های گوناگون است، نظر به اینکه اطلاعات تنها از جنوب غربی نیجریه گردآوری شده بودند. تحلیل به طور تکمیلی نزد شرکت های ساخت و تولید نگهداری شده بود، بنابراین نتایج نمی توانند به بخش های گوناگون خلاصه سازی شوند. از این روی، بررسی های آینده می توانند حول تاثیر مدیریت کیفیت جامع بر روی عملکردهای مالی و غیر مالی در بخش های دیگر بیانندیشند. اوربرگ و همکاران (2019)، به بررسی مدیریت کیفیت داخلی در آموزش عالی شایستگی محور - یک مطالعه آزمایشی میان رشته ای در یک برنامه تحصیلات تکمیلی در زمینه انرژی های تجدید پذیر، پرداختند. با انگیزه "تغییر از تدریس به یادگیری" در منطقه آموزش عالی اروپا، محققان بین المللی، آژانس های تضمین کیفیت و پزشکان پروژه مشتری را به منظور توسعه رویه جدیدی برای مدیریت کیفیت داخلی متمرکز بر توانایی های دانشجویان (نتایج یادگیری برنامه) انجام دادند. روش شامل سه مرحله است: تعریف شایستگی ها، غربالگری شایستگی ها و افزایش شایستگی ها. یک تیم میان رشته ای برای تأیید این روش، یک مطالعه آزمایشی با برنامه تحصیلات تکمیلی انرژی تجدیدپذیر در دانشگاه اولدنبورگ انجام داد. نتایج به این نتیجه می رسد که این روش آگاهی از کیفیت برنامه مطالعه را افزایش می دهد و بحث بین دانشجویان، اعضای هیئت علمی و کارکنان دانشگاه را تشویق می کند. مهمترین سهم تقویت نمایه شایستگی برنامه مطالعه است. زایگین و همکاران (2017)، به بررسی انگیزه و جنبه های اجتماعی فرایند یادگیری شایسته محور پرداختند، انگیزه و جنبه های اجتماعی به عنوان تعامل بین معلمان و دانش آموزان برای یک فرایند یادگیری شایسته محوری در یک محیط یادگیری از راه دور ضروری است و هدف در این مقاله توسعه یک مدل تعاملی برای مدیریت انگیزه بین شرکت کنندگان در فرآیند است. این تحقیق شامل مفهوم توسعه یک مدل انگیزه با هدف حمایت از فعالیت و همکاری دانش آموزان و معلم است. ساختار مدل انگیزه و فرضیات رسمی ارائه شده است. هنگامی که یک معلم و دانش آموزان موظف به شرح و تفصیل محتوای مخزن مواد تعلیمی و مطابق با الزامات شایستگی هستند، مدل پیشنهادی رسمیت نظری وضعیت جدید را تشکیل می دهد. لیانگ و همکاران (2017)، به بررسی تاثیر شایستگی محوری بر عملکرد سازمانی در یک مرکز خرید فرودگاه پرداختند، این تحقیق روابط بین شایستگی محوری، سرمایه انسانی عملکرد سازمانی در یک مرکز خرید فرودگاه را با استفاده از مصاحبه های شخصی و داده های ثانویه بررسی می کند. برای بررسی رابطه بین عملکرد و شایستگی در بین کارکنان، از تحلیل عاملی و مدل های سلسله مراتبی

استفاده می شود. یافته ها حاکی از آن است که متغیرهای شایستگی با عملکرد سازمانی ارتباط مثبت دارند. از دیدگاه موقعیت شغلی، شایستگی مدیریتی و غیر مدیریتی کارکنان تأثیرات مختلفی بر عملکرد سازمانی دارند. ویجاکومار و همکاران، (2014)، به بررسی فرهنگ سازمانی درک شده و یادگیری سازمانی بر هویت سازمانی، پرداختند. روش تحقیق در این مقاله از نوع توصیفی-همبستگی و بر مبنای هدف، کاربردی می باشد. ابزار جمع آوری داده ها، 500 پرسشنامه میان کارکنان توزیع گردید در نهایت 387 پرسشنامه مورد تأیید قرار گرفت و نتایج حاصل از تحلیل داده ها با کمک معادلات ساختاری نشان داد که فرهنگ گروهی، سلسله مراتبی، ادهوکرایی، بازار بر یادگیری سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارند.

۳. روش شناسی تحقیق

پژوهش حاضر از نوع صیفی - کتابخانه ای است. توصیفی از این نظر که به شرح مدل های مختلف فرهنگ سازمانی و شرکت های دانش بنیان و ویژگی های آن پرداخته است؛ اما کتابخانه ای از این نظر که با استفاده از مرور دقیق مبانی نظری و پیشینه پژوهش و مراجعه به مقالات و کتب مرتبط با فرهنگ سازمانی و شرکت های دانش بنیان محققان را با این مفهوم بیش از گذشته آشنا نموده است.

۴. نتیجه گیری

شرایط محیطی به حدی پیچیده، پویا و نامطمئن شده که سازمان ها نمی توانند با تغییرات سطحی و ظاهری در ساختارها، روش ها، سیستم ها و ... بقای بلندمدت خود را تضمین کنند. سازمان ها برای مقابله با تهدیدات محیطی و استفاده از فرصت های احتمالی، ناچارند ظرفیت ها و توانمندی های درونی خود را بشناسند، ضعف ها و قوت های فرهنگی خود را شناسایی کنند و به ترمیم و اصلاح ضعف ها و تقویت قوت های خود پردازند. در یک سازمان، فرهنگ سازمانی فضایی است که موجب تمایز سازمان از دیگر سازمان ها می شود و در واقع به سازمان شخصیت منحصر به فرد می دهد و در نتیجه هویت اجتماعی هر سازمان را مشخص می کند. موفقیت به کارگیری شیوه ها و تکنیک های مدیریت متضمن ایجاد پلی محکم و استوار بین این روش ها و فرهنگ و راه و رسم زندگی در هر جامعه و هر نظام اجتماعی است و اگر بپذیریم که ویژگی های فرهنگی جوامع مختلف با یکدیگر تفاوت دارد، می توان ادعا کرد که رفتارها، عملکردها و حتی هدف زندگی آنها نیز از تفاوت های چشم گیری برخوردار است، بسیاری از صاحبان اندیشه، فرهنگ سازمانی را مجموعه ای از نگرش ها و باورهای مشترکی می دانند که بر رفتار افراد تأثیر می گذارد و همین ویژگی موجب جدایی دو سازمان یا مؤسسه از یکدیگر می شود.

هدف مقاله حاضر تبیین انواع مدل های فرهنگ سازمانی و تأثیر آن بر شرکت های دانش بنیان و معرفی این شرکت های به عنوان موتورهای محرک چرخه اقتصادی کشور عزیزمان ایران بود؛ که محققین تلاش نمودند این مهم را محقق نمایند.

۱. اکبری، حمید؛ اورعی یزدانی، بدرالدین و یعقوبی، نورمحمد. (۱۳۹۸). مدل یابی معادلات ساختاری رابطه فرهنگ سازمانی با فرایند پیاده سازی مدیریت دانش (نمونه پژوهش: شهرداری زاهدان). مدیریت راهبردی دانش سازمانی، ۴(۲)، ۷۷-۱۰۲.
۲. امینی، محمدتقی؛ پرهیزگار، محمد مهدی و آقاجانی، علی اکبر. (۱۳۹۲). مدل یابی اثرگذاری عوامل فرهنگ سازمانی بر رضایت شغلی کارکنان شرکت نفت (مطالعه ی موردی: شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی استان مازندران). مدیریت و منابع انسانی در صنعت نفت، ۱۷(۵)، ۳۷-۵۸.
۳. انصاری، محمد اسماعیل؛ شائمی برزکی، علی و صفری، علی. (۱۳۹۰). ارائه الگوی مدیریت فرهنگ سازمانی با رویکرد زمینه ای مطالعه موردی یک شرکت تولیدی. جامعه شناسی کاربردی، ۴۲(۲۲)، ۱۲۱-۱۴۲.
۴. ایرانزاده، سلیمان و محمودی اشان، محسن. (۱۳۸۹). شناخت فرهنگ سازمانی بر اساس مدل دنیسون (مورد مطالعه: شرکت پلی نار). مدیریت بهره وری، ۱۵(۴)، ۵۳-۷۶.
۵. تسلیمی، مهناز؛ فراستخواه، مقصود و حسن مرادی، نرگس. (۱۳۹۹). سنخ شناسی فرهنگ سازمانی مدارس. رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، ۴۵(۱۱)، ۱۶۷-۱۸۶.
۶. تیموری تاییه، مهتاب و حسن زاده، محمد. (۱۳۹۴). جریان دانش در شرکت های دانش بنیان پارک علم و فناوری دانشگاه تهران و ارائه مدل مفهومی. مطالعات دانش شناسی، ۲(۱)، ۲۳-۴۰.
۷. حسین پور، داود و کرمانشاهی، شقایق. (۱۳۹۵). طراحی الگوی سازمان شایسته محور، با تاکید بر مدیریت راهبردی شایستگی. مدیریت منابع در نیروی انتظامی، ۱۶(۴)، ۱۱-۳۸.
۸. دارائی، محمدرضا و پارساعمل، الهه. (۱۳۹۲). بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر مسئولیت اجتماعی در شرکت خودروسازی سایپا. مدیریت دولتی (دانشگاه تهران)، ۱۶(۵)، ۱۰۱-۱۲۰.
۹. رنجبر، مجتبی. (۱۳۹۷). طراحی الگوی تغییر فرهنگ سازمانی با توجه به رویکرد توسعه اخلاق کار و شناسایی نقاط اهرمی آن به روش آمیخته در سازمان های دولتی (مورد مطالعه: استان گلستان). مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۳۹(۱۰)، ۲۷-۴۳.
۱۰. زارع، امین؛ ابراهیمی، مسیح؛ سنجقی، محمد ابراهیم و رمضان، مجید. (۱۳۹۶). مدیریت فرهنگ سازمانی: ارائه یک چارچوب منسجم کیفی - کمی به عنوان راهنمای طراحی الگوی فرهنگ سازمانی. مدیریت منابع در نیروی انتظامی، ۱۸(۵)، ۳۳-۶۴.
۱۱. زارعی متین، حسن؛ جندقی، غلامرضا؛ خنیفر، حسین و حیدری، فائزه. (۱۳۹۰). طراحی مدل فرهنگ سازمانی شایسته برای شرکت های مشتری محور. مدیریت دولتی (دانشگاه تهران)، ۸(۳)، ۵۷-۷۴.
۱۲. شعبانی، عباس؛ حسینی، سیدابوالفضل و بلالی، فرهاد. (۱۳۹۸). ارتباط بین مسئولیت اجتماعی با تعهد کاری و فرهنگ سازمانی (مطالعه موردی سازمان ورزش شهرداری تهران). پژوهش اجتماعی، ۴۴(۱۱)، ۶۷-۷۸.

۱۳. شیرین، علی؛ فروزنده، لطف‌اله؛ دانایی‌فرد، حسن و خائف‌الهی، احمدعلی. (۱۳۹۶). مدل ساختاری فرایند توانمندسازی منابع انسانی دانش‌بنیان. *فرآیند مدیریت و توسعه*، ۱۰۱(۳۰)، ۳-۳۰.
۱۴. عباسپور، عباس؛ کریمی، ابوبکر؛ عبداللهی، حسین و تقوی‌فرد، محمدتقی. (۱۳۹۷). طراحی و اعتباریابی مدل سنجش فرهنگ سازمانی استانداری کردستان. *پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی*، ۳۲(۱۰)، ۲۸-۵۹.
۱۵. عطاران، جواد؛ الوانی، سیدمهدی؛ امیری، علی‌نقی و شوشتری، مرضیه. (۱۳۹۶). تبیین مولفه‌های فرهنگ سازمانی اسلامی در پرتو اصول عقاید برگرفته از آیات قرآن کریم. *مدیریت در دانشگاه اسلامی*، ۱۳(۶)، ۳-۲۸.
۱۶. فرهی‌بوزنجانی، برزو؛ سنجقی، محمدابراهیم؛ بازرگانی، محمد و سلطانی، محمدرضا. (۱۳۹۲). طراحی و تبیین مدل شناخت، سنجش و مدیریت فرهنگ سازمانی. *راهبرد فرهنگ*، ۲۱(۶)، ۱۱۳-۱۳۸.
۱۷. قرایی‌آشتیانی، محمدرضا و پورصادق، ناصر. (۱۳۹۸). بررسی نقش و تاثیر فرهنگ سازمانی بر مدیریت جهادی با تاکید بر دیدگاه حضرت آیت‌الله العظمی امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی). *مطالعات بین‌رشته‌ای دانش راهبردی*، ۳۷(۹)، ۷-۴۲.
۱۸. کاوه، داود؛ سلاجقه، سنجر و شیخی، ایوب. (۱۳۹۸). طراحی مدل فرهنگ سازمانی و بررسی رابطه آن با توانمندسازی روانشناختی کارکنان (مورد مطالعه: دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی خراسان رضوی). *رهیافتی‌نودرمدیریت‌آموزشی*، ۳۹(۱۰)، ۲۹۳-۳۱۴.
۱۹. کریمی، عبدالله؛ تیموری، هادی؛ شاهین، آرش و شائمی‌برزکی، علی. (۱۳۹۷). طراحی نظام ارزیابی عملکرد شایسته محور با رویکرد جانشین‌پروری. *مدیریت سازمان‌های دولتی*، ۲۲(۶)، ۹۵-۱۰۸.
۲۰. محمدآبادی، معصومه؛ نیازآذری، کیومرث و جباری، نگین. (۱۳۹۷). طراحی و اعتباریابی پرسشنامه عوامل موثر بر عملکرد شرکت‌های دانش‌بنیان. *رهبری و مدیریت آموزشی*، ۴۶(۱۲)، ۱۹۳-۲۱۴.
۲۱. محمداسماعیلی، ندا و قلی‌پور، آریین. (۱۳۹۴). شناسایی چالش‌های مدیریت فرهنگ سازمانی و ارائه روش‌های مدیریت آنها در شرکت‌های هلدینگ. *پژوهش‌های مدیریت عمومی*، ۲۹(۸)، ۴۳-۷۰.
۲۲. موسوی، سیدعباس؛ حسینی، سیدیعقوب؛ مصلح، عبدالمجید و بهرامی، پروانه. (۱۳۹۲). تأثیر سرمایه فکری بر عملکرد شرکت‌های دانش‌بنیان. *مطالعات مدیریت، بهبود و تحول*، ۷۰(۲۳)، ۷۷-۱۰۲.
۲۳. نظرپوری، امیرهوشنگ و شاه‌سیاه، ندا. (۱۳۹۷). بررسی نقش تعدیل‌گری یادگیری زدایی در ارتباط بین سازگاری دانش جدید و انتقال دانش در شرکت دانش‌بنیان. *پژوهش‌های مدیریت در ایران*، ۲۸(۲۲).

24. Bendak, Salaheddine; Shikhli, Amir Moued; & Abdel-Razek, Refaat H. (2020). How changing organizational culture can enhance innovation: Development of the innovative culture enhancement framework. (L. Ardito, ed.), *Cogent Business & Management*, 7(1), 1712125.

25. Casarotti, Sabrina N.; Carneiro, Bruno M.; & Penna, Ana Lúcia B. (2014). Evaluation of the effect of supplementing fermented milk with quinoa flour on probiotic activity. *Journal of Dairy Science*, 97(10), 6027-6035.
26. Fachrunnisa, Olivia; Adhiatma, Ardian; & Tjahjono, Heru Kurnianto. (2020). Cognitive Collective Engagement: Relating Knowledge-Based Practices and Innovation Performance. *Journal of the Knowledge Economy*, 11(2), 743-765.
27. Fallah Haghighi, Negin; Mirtorabi, Mahdieh Sadat; Bijani, Masoud; & Valizadeh, Naser. (2020). Appropriate strategies to establish knowledge-based companies: Evidence from Iran. *International Journal of Finance & Economics*.
28. Goñi, Salomé; Corredor, Pilar; & León, Consuelo. (2020). Work–family policies and the transformation triangle: women, organizational culture and managerial strategy. *Gender in Management: An International Journal, ahead-of-print*(ahead-of-print).
29. Harel, Ronen; Schwartz, Dafna; & Kaufmann, Dan. (2020). Organizational culture processes for promoting innovation in small businesses. *EuroMed Journal of Business*,
30. Insan, A. Nur; & Masmarulan, R. (2021). Effects of leader-member exchange and organizational culture on work engagement and employee performance. *Management Science Letters*, 879-886.
31. Isensee, Carmen; Teuteberg, Frank; Griese, Kai-Michael; & Topi, Corrado. (2020). The relationship between organizational culture, sustainability, and digitalization in SMEs: A systematic review. *Journal of Cleaner Production*, 275, 122944.
32. Kantabutra, Sooksan. (2021). Exploring Relationships among Sustainability Organizational Culture Components at a Leading Asian Industrial Conglomerate. *Sustainability*, 13(4), 1733.
33. Kimata, Akira; & Itakura, Hiroaki. (2021). Interactions between organizational culture, capability, and performance in the technological aspect of society: Empirical research into the Japanese service industry. *Technology in Society*, 64, 101458.
34. Lee, Eunsook; & Jang, Insil. (2020). Nurses' fatigue, job stress, organizational culture, and turnover intention: A Culture–Work–Health model. *Western journal of nursing research*, 42(2), 108–116.
35. Mamatha S.V.; & Geetanjali P. (2020). Founder Leaders and Organization Culture: A Comparative Study on Indian and American Founder Leaders Based on Schein's Model of Organizational Culture. *IIM Kozhikode Society & Management Review*, 9(1), 23-33.
36. Pizam, Abraham. (2020). Hospitality as an organizational culture. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 44(3), 431–438.
37. Sarhan, Nael; Harb, Ayman; Shrafat, Fayiz; & Alhusban, Mohammad. (2020). The effect of organizational culture on the organizational commitment: Evidence from hotel industry. *Management Science Letters*, 183-196.
38. Soltaninezhad, Asma; Morovati Sharifabadi, Ali; Zare Ahmadabadi, Habib; & Jafarnejad, Ahmad. (2021). Developing a model for strategic agility in knowledge-based companies using a mixed methods approach. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 14(2), 176.
39. Walker, Robyn. (2020). Communication perspectives on organizational culture and organizational identification. *International Journal of Business Communication*, 2329488420957073.
40. Yaşar, Hikmet; & Sağsan, Mustafa. (2020). The Mediating Effect of Organizational Stress on Organizational Culture and Time Management: A Comparative Study With Two Universities. *SAGE Open*, 10(2), 2158244020919507.

The Effect of Organizational Culture on Knowledge-Based Companies

Asefeh Masumy ^{*1}
Ammar Feyzi ²

Date of Receipt: 2021/05/16 Date of Issue: 2021/05/24

Abstract

Organizational culture is a subject that has found its way in management knowledge and in the realm of organizational behavior. Following new theories and researches in management, organizational culture has become increasingly important and has formed one of the main and central issues of management. According to the regulations of recognition of knowledge-based companies and institutions, knowledge-based companies are private or cooperative institutions that in order to increase science and wealth, economic development based on knowledge and realization of scientific and economic goals in order to expand invention and innovation and finally commercialization of research and development results (including design and production of goods and services) in the field of superior technologies and with great added value (especially in the production of related software) is formed. The purpose of this article is to introduce a variety of organizational culture and organizational culture models by reviewing the literature of the subject and the background of the research. In this research, the research method is descriptive and library. By examining the theoretical foundations of organizational culture, the types of models used in this field have been identified and then introduced by knowledge-based companies. The results of this study can be used by management researchers in all trends as well as knowledge-based companies.

Keywords

Organizational Culture, Knowledge-Based Companies, Knowledge, Merit-Based Models.

1. M.Sc. Graduate, Computer Engineering in Software field, Islamic Azad University, Arak University, Markazi, Iran (Corresponding Author: asefeh_masumy@yahoo.com)
2. Ph.D Graduate in Industrial Management, Islamic Azad University, Saveh, Saveh, Iran. (ammarfeyzi@live.com)