

## بررسی تاثیر فراموشی سازمانی بر هوش رقابتی در بین شرکتهای تولیدی و تجاری شهرستان شاهرود

هادی رئیسی<sup>۱</sup>، محمدحسن حیدریان<sup>۲</sup>، محمدرضا کریمی<sup>۳</sup>

۱ و ۲- کارشناسی ارشد مدیریت نیروی انسانی / شهرداری شاهرود

### چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی تاثیر فراموشی سازمانی بر هوش رقابتی در بین شرکتهای تولیدی و تجاری شهرستان شاهرود است. در این مطالعه کاربردی که بصورت همبستگی در سال ۱۳۹۴ انجام شد ۲۰۱ نفر از ۴۲۰ کارکنان شرکتهای تولیدی و تجاری شهرستان شاهرود به روش تصادفی ساده مورد مطالعه قرار گرفتند. جهت گردآوری داده ها از پرسشنامه فراموشی سازمانی مشبکی و همکاران و پرسشنامه هوش رقابتی گلدسون و همکاران (۲۰۱۲) استفاده شد. داده ها پس از گردآوری وارد نرم افزار Lisrel گردیده و آنالیز شد. از آزمونهای آلفای کرونباخ، کولموگروف - اسمیرنوف، تحلیل عاملی تائیدی و مدلسازی معادلات ساختاری جهت بررسی متغیرها استفاده شد و تاثیر فراموشی سازمانی بر هوش رقابتی محاسبه شد. نتایج نشان داد که مولفه های فراموشی سازمانی (فراموشی سازمانی هدفمند و تصادفی) بر هوش رقابتی در بین شرکتهای تولیدی و تجاری شهرستان شاهرود تاثیر دارد.

**واژگان کلیدی:** فراموشی سازمانی، هوش رقابتی، شرکتهای تولیدی و تجاری شهرستان شاهرود.



## ۱. مقدمه

## ۱.۱. بیان مسئله

امروزه سازمان ها برای اینکه در محیط به شدت رقابتی به حیات اقتصادی خود ادامه دهند به ابزارهای جدیدی جهت تصمیم سازی و تصمیم گیری نیاز دارند. از جمله این ابزارها هوش یا هوشمندی رقابتی است که در سطح جهان و در بین شرکت ها به سرعت رو به رشد و گسترش بوده و در حال تبدیل به معیاری است که بتواند مدیران شرکت ها و سازمان ها را در اخذ تصمیمات هوشمندانه یاری دهد. هوشمندی رقابتی یک فرایند است که محصول آن اطلاعات ارزیابی شده است. مهمترین وظیفه آن پشتیبانی از فرایندهای تصمیم گیری است که معمولا به وسیله مدیران اجرایی انجام می شود. ضرورت وجود هوشمندی در کاهش عدم اطمینان و خطرپذیری در تصمیم گیری امری بدیهی است (پیرایش و علی پور، ۱۳۹۱، ص ۲).

همچنین تغییرات و پیشرفت های تکنولوژیکی سال های اخیر موجب تغییر شکل محیط رقابتی سازمان ها شده است و این تغییرات، سازمان ها را با چالش ها و فرصت های جدیدی مواجه ساخته است. چالش ها به حدی است که حتی شرکت های موفق، دیگر نمی توانند با تکنولوژی و تولید همیشگی، موفقیت را به آسانی تکرار کنند (عظمی، ۲۰۰۸). از این رو نیازمند استراتژی های جدیدی هستند تا علاوه بر اینکه بتوانند به چالش ها پاسخ مناسبی دهند، قادر به استفاده مطلوب از فرصت ها باشند (کو، ۲۰۱۱). یکی از مناسب ترین استراتژی هایی که سازمان ها می توانند جهت دستیابی و حفظ مزیت رقابتی اتخاذ کنند، تمرکز بر روی سرمایه فکری و دانش افراد است (لین، ۲۰۰۷). و به همین دلیل است که سازمان های امروزی مدیریت دانش را عاملی ضروری برای ثبات و موفقیت بلند مدت خود تلقی می کنند. در این بین توانایی خلق، انتقال و نگهداری دانش شاید مهمترین موضوع مورد نظر در مدیریت دانش است. بر این اساس و با توجه به ادبیات موجود، می توان به مدیریت دانش از دو جنبه توجه کرد؛ در نگاه نخست سازمان باید به آنچنان شایستگی دست پیدا کند که بتواند دانش نوین را بیاموزد که در ادبیات مدیریت از آن به عنوان یادگیری سازمانی نام برده میشود و در نگاه دوم سازمان باید دارای آنچنان قابلیت باشد که بتواند دانش موجود خود را تحت کنترل در آورد، یعنی ضمن جلوگیری از نابودی دانش مفید خود، در موارد مقتضی توانایی حذف و نادیده گرفتن بخشی از ذخایر دانشی خود را داشته باشد که از آن به عنوان فراموشی سازمانی هدفمند نام برده میشود (مشبکی و همکاران، ۲۰۱۱). بنابراین مدیریت دانش به دنبال خلق فرایندهایی است که نه تنها یادگیری و نگهداری آنچه لازم است را تضمین نماید، بلکه برای عدم یادگیری و اجتناب از آنچه که مهم نیست، تمحیداتی داشته باشد (لهسویترا، ۲۰۰۴). به بیان دیگر، برای تکمیل یادگیری سازمانی، فراموشی ابزار مهمی است که مدیران موفق آن را به کار می گیرند تا به دانش سازمانی، شکل دهند. علیرغم اینکه تحقیقات نسبتاً وسیعی در خصوص یادگیری سازمانی و مدیریت دانش انجام پذیرفته است، اما میزان توجه به فراموشی سازمانی کمتر بوده است. فراموشی سازمانی به عنوان از دست دادن آگاهانه و ناآگاهانه دانش سازمانی در هر سطحی مورد توجه قرار گرفته است (سان و فرناندز، ۲۰۰۹). یعنی سازمان برای بدست دانشی جدید باید آگاهانه دانش قدیمی را فراموش کرده و دانش جدید را جایگزین آن نماید. به دنبال این تعریف اولیه، فراموشی سازمانی از دو منظر قابل بررسی است؛ اولین دیدگاه اشاره به فراموشی اتفاقی و ناخواسته دارد که موجب از دست رفتن منابع دانش سازمانی می شود و دیدگاه دوم فراموشی را به عنوان یک فرایند آگاهانه و عمدی می بیند که جهت یادگیری سازمانی بهتر، اتفاق می افتد (فیلیپس و هولان، ۲۰۰۴). بر اساس تعریف صاحب نظران، فراموشی سازمانی ناتوانی در یادگیری موضوعات سازمانی نیست، بلکه فراموشی، فرآیندی است که پس از یادگیری اتفاق می افتد. از این رو می توان فراموشی سازمانی را به صورت زیر تعریف کرد: فراموشی سازمانی، پیامد مجموعه اقدامات درون سازمانی و برون سازمانی است که در آن یک سازمان آگاهانه (هدفمند) و یا



ناآگاهانه (تصادفی) بخشی از دانش موجود سازمان را از دست می دهد. فراموشی سازمانی هدفمند اشاره به مجموعه اقداماتی دارد که یک سازمان انجام میدهد تا فراموشی داده های غیر لازم را تسهیل کرده و از نابودی داده های مفید جلوگیری نماید. این مجموعه اقدامات در سه حوزه برنامه ریزی، اجرا و ارزیابی صورت می پذیرد و در مورد فراموشی تصادفی ذکر این نکته ضروری است که مهمترین موضوعی که سازمان را به سمت فراموشی سوق می دهد، ناتوانی در کسب و انتشار یادگیری است. عدم به کار گیری دانش حاصل از یادگیری، ناتوانی در کدگذاری و مستند سازی دانش و نداشتن انگیزه لازم برای تسهیم آن، مهمترین عوامل فراموشی دانش در سازمان هاست (سیندر، ۱۹۹۸). و با توجه به مساله ای که در شرکت های تولیدی و تجاری شهرستان شاهرود وجود دارد، بعضی از قوانین و مقررات منسوخ گردیده که باید به دست فراموشی سپرده شود و با کنار گذاشتن آنها از طرف کارمندان، درجهت افزایش کیفیت خدمات از روشهای جدید و منابع بروز بهره برد. همچنین درحوزه فعالیتهای ستادی نیز نیاز به کنار گذاشتن روشهای سنتی و ناکارآمد، هم درتأمین منابع (مالی، انسانی، فیزیکی و...) هم در بحث بکارگیری موثر از منابع بسیار احساس میشود که البته درسالهای اخیر با بهره گیری از روشهای نوین بودجه ریزی عملیاتی بجای چانه زنی، همچنین استفاده از سیستم حسابداری تعهدی بجای حسابداری دفتری و سنتی همینطور استفاده از اتوماسیون اداری در جهت تسریع و شفافیت فعالیتهای و کاهش هزینه ها و... گامهایی در این راستا برداشته شده است.

لذا به نظر میرسد که با فراموشی اطلاعات غیر ضروری در سازمانها، ارایه خدمت رفته رفته به سوی رقابتی شدن پیش رود و در این بین سازمان هایی می توانند موفق عمل کنند که با این تغییرات همگام بوده و اکنشه های پیش فعالانه نسبت به محیط رقابتی از خود نشان دهند. بنابراین ردیابی، درک و واکنش به محیط رقابتی را می توان به عنوان یک جنبه ی ویژه از فعالیت ها مطرح نمود. از همین رو در این پژوهش سعی شده که با مطالعه فراموشی سازمانی و هوش رقابتی در شرکت های تولیدی و تجاری استان سمنان به این امر مهم دست یابیم که فراموشی سازمانی (فراموشی سازمانی هدفمند و تصادفی) چه تاثیری می تواند روی هوش رقابتی شرکت های تولیدی و تجاری شهرستان شاهرود داشته باشد؟

#### ۱.۲ اهمیت و ضرورت تحقیق

در خلال سال های اخیر، هوش رقابتی به یکی از مفاهیم مهم مدیریت تبدیل شده و با فرهنگ شرکتهای پیشرو عجین گشته است. امروزه سازمان هایی در محیط رقابتی برنده خواهند بود که از حوزه فعالیت خود درک و ارزیابی عمیق تری داشته و برای خود مزیت های رقابتی بیشتری فراهم سازند. در دنیای امروز با ویژگی بازارهای روبه رشد سریع، تکیه بر اطلاعات قدیمی به کاهش بینش و از دست دادن فرصت های پیش روی سازمان منجر می گردد. موفقیت فردا در عرصه کسب و کار از آن سازمان هایی است که بصیرت و اطلاعات بیشتری نسبت به خود و محیط رقابت داشته باشند. اطلاعات به عنوان یکی از اقلام مهم دارایی به شمار می آید (کاتلر و آرمسترانگ، ترجمه پارسائیان، ۱۳۷۹). هر قدر سازمان بتواند از سازمان های رقیب اطلاعات بیشتر و بروز تری به دست آورد، احتمال آنکه استراتژی های موفقیت آمیز تدوین و اجرا کند، بیشتر است (فردا، ترجمه پارسائیان و اعرابی، ۱۳۷۹). و لازم است سازمانها یک برنامه اثربخش به نام هوش رقابتی را به اجرا درآورند. همچنین مفهوم فراموشی سازمانی اگرچه به سادگی قابل درک است، اما چگونگی ساز و کار اتفاق افتادن آن در سازمان به خوبی شناخته نشده است. از آنجا که فراموشی سازمانی می تواند بر رقابت پذیری شرکت و یا سازمان تأثیر بگذارد، سازمان نیاز به فرآیندهایی دارد تا اطمینان یابد دانشی که باید دور ریخته شود، فراموش می شود و دانشی که مفید بوده، فراموش نمی شود. فراموشی سازمانی، عدم توانایی سازمان در یادگیری نیست؛ گاهی اوقات لازم است سازمان دانش موجود خود را به صورت آگاهانه کنار بگذارد (اودهام و هاشیم، ۲۰۰۲) و گاهی دانش به صورت غیرآگاهانه و با گذشت زمان از بین می رود (تام و همکاران، ۲۰۰۸).

<sup>1</sup> Othman & Hashim

<sup>2</sup> Tham et al.



فراموشی سازمانی یکی از مفاهیم مدیریتی است که کمتر مورد توجه قرار گرفته است. بنا به نظر مارتین دی هالن<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۰۴) به دو دلیل، پرداختن به پدیده ی فراموشی سازمانی حیاتی است. نخست آن که از دست دادن غیرآگاهانه ی دانش، هزینه های زیادی را به آنان تحمیل می کند. دوم آن که یادگیری سازمانی با فرایند فراموشی سازمانی مرتبط است و سازمان هایی که می خواهند متحول شوند نه تنها باید با قابلیت هایی جدید دانش، آشنا شوند؛ بلکه باید فراموش کردن دانش قدیمی را نیز یاد بگیرند. بنا به نظر مارتین دی هالن و فلیپس<sup>۴</sup> (۲۰۰۳) فراموشی سازمانی همان اندازه در به دست آوردن مزیت رقابتی سازمان ها مهم است که یادگیری سازمانی مهم است.

### ۱.۳. پیشینه تحقیق

#### پژوهش های داخل کشور

صادقیان و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهشی به بررسی رابطه فراموشی سازمانی هدفمند و چابکی سازمانی پرداختند. نتایج آزمون نشان داد که بین فراموشی سازمانی هدفمند و چابکی سازمانی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین بین مؤلفه های یادگیری زدایی از ابعاد فراموشی سازمانی با همه مؤلفه های چابکی سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ همچنین بین مؤلفه اجتناب از عاداتهای بد با مؤلفه های فناوری و بازار از مؤلفه های چابکی سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، ولی بین مؤلفه اجتناب از عاداتهای بد با سایر مؤلفه های چابکی از جمله ادغام، تیم سازی، کیفیت، تغییر، توسعه منابع و رفاه کارکنان رابطه معناداری وجود ندارد. همچنین نتایج آزمون رگرسیون نشان می دهد که فراموشی سازمانی هدفمند پیش بینی خوبی را از چابکی سازمانی داشته است و در بین مؤلفه های فراموشی سازمانی هدفمند مؤلفه یادگیری زدایی بیشترین میزان پیش بینی را از چابکی سازمانی داشته است.

پیرایش و علی پور (۱۳۹۱) در پژوهشی به بررسی رابطه ی بین هوش رقابتی و اثربخشی استراتژی های بازاریابی در بین بانک های دولتی و خصوصی استان زنجان پرداختند. این تحقیق از نظر روش پژوهش از نوع تحقیقات همبستگی است. جامعه آماری تحقیق شامل مدیران شعب بانک های دولتی و خصوصی مستقر در استان زنجان بودند که تعداد آنها معادل ۱۵۶ نفر بود، از این تعداد ۱۱۰ نفر به روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای انتخاب شدند. ابزار جمع آوری داده های پژوهش شامل پرسشنامه هوش رقابتی فهی (۲۰۰۷) و اثربخشی بازاریابی کاتلر و آرمسترانگ (۱۳۷۹) بود. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی (میانگین، انحراف استاندارد و...) و از آمار استنباطی (آزمون تی، آزمون ضریب همبستگی، تحلیل رگرسیون دو متغیره و تحلیل رگرسیون چندگانه و آزمون فریدمن) استفاده شد. نتایج آزمون همبستگی نشان داد بین هوش رقابتی و اثربخشی بازاریابی در بین بانک های دولتی و خصوصی استان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. با توجه به تحلیل رگرسیون مؤلفه های فرصت های بازار، آگاهی از آسیب پذیری کلیدی سازمان، آگاهی از مخاطرات رقبا، آگاهی از تهدیدات رقبا به ترتیب بیشترین تأثیر را بر اثربخشی بازاریابی داشته اند. نتایج تحقیق نشان می دهد که میزان توجه به هوش رقابتی در بین بانک های خصوصی و دولتی تفاوت معناداری وجود ندارد و همچنین بانک های خصوصی نسبت به بانک های دولتی از اثربخشی بازاریابی بالاتری برخوردارند. مشبکی و همکاران (۱۳۹۱) به پژوهشی با عنوان ارتقا عملکرد سازمانی از طریق فراموشی سازمانی هدفمند در بیمارستان های دولتی و خصوصی شهر مشهد پرداختند. یافته های پژوهش حاکی است که مدیران جهت ارتقاء و بهبود عملکرد سازمانی خود باید ظرفیت مدیریت دانش سازمان خود را بالا ببرند که این مهم زمانی اتفاق می افتد که فرایند یادگیری از طریق مدیریت فراموشی سازمانی به شکل پویاتر و مؤثرتری اجرا شود.

جلالی و خسروانی (۱۳۸۹) به پژوهشی با عنوان فراموشی سازمانی؛ چالش مهم مدیران در عصر جدید کسب و کار پرداختند. یافته های پژوهش نشان می دهند پرسش های پرسشنامه به نحو مناسبی ابعاد سه گانه فراموشی سازمانی را اندازه گیری می

<sup>3</sup> Martin deHolan

<sup>4</sup> Martin de Holan & Phillips



کنند. همچنین نتایج بیانگر آن است که فرضیه های پژوهش (رابطه بین نوع دانش فراموش شده، روش فراموشی و پیامدهای فراموشی) مورد تایید قرار گرفته اند.

حاجی عزیزی و همکاران (۱۳۸۸) در مقاله ای با عنوان فراموشی سازمانی: رویکردی نوین در مدیریت دانش به نقل از هولان و فیلیپس (۲۰۰۳) بیان می کند که فراموشی سازمانی، این پتانسیل را دارد که بعد جدید و مهمی را به درک ما از پویایی دانش سازمانی اضافه می کند.

اسکندری و مولوی (۱۳۸۸) به پژوهشی با عنوان بررسی رابطه هوش رقابتی مدیران صنایع کوچک استان آذربایجان شرقی با میزان توسعه آنها پرداختند. هوش رقابتی در چهار بعد: آگاهی تجاری (بازاریابی)، آگاهی از وضعیت رقبا، آگاهی فناوری و تکنیکی، آگاهی راهبردی و اجتماعی تعریف شده است. در این تحقیق هوشمندی رقابتی متغیر مستقل و توسعه صنایع کوچک به عنوان متغیر وابسته معرفی شده است. نتایج تحقیق حاضر نشان می دهد که بین هوش رقابتی مدیران و ابعاد آن با توسعه صنایع کوچک استان آذربایجان شرقی رابطه معناداری وجود دارد.

پژوهش های خارج کشور

وونگ<sup>۵</sup> و همکاران (۲۰۱۲) بیان می کنند که فرایندهای یادگیری و فراموشی سازمانی در پروژه های ساخت و ساز بسیار پراهمیت است. در این پژوهش اثر یادگیری زدایی بر رابطه میان یادگیری سازمانی و موفقیت سازمان مورد مطالعه قرار می گیرد. نتایج این مطالعه نشان می دهد که یادگیری زدایی که یکی از جنبه های مهم فراموشی سازمانی است بر رابطه میان این دو مؤلفه تأثیر مثبت دارد.

چنگ و همکاران<sup>۶</sup> (۲۰۱۲) بیان می کنند که پذیرش یک سیستم برنامه ریزی منابع سازمانی تا حد بسیار زیادی وابسته به فرایندهای فراموشی و یادگیری سازمانی است. نتایج حاصل از این پژوهش نشان می دهد که کارکنان در فرایندهای پذیرش تکنولوژی های جدید از یک سیستم تصمیم گیری درونی بهره می برند. این سیستم تصمیم گیری درونی بر اساس فرایندهای یادگیری و فراموشی افراد است که در مواجهه شدن با دانشهای جدید است، عمل می کند.

حسینی و همکاران (۲۰۱۱) پژوهشی را با هدف شناسایی میزان فراموشی سازمانی انجام دادند. در این پژوهش پس از بررسی مفهوم فراموشی سازمانی، سه بعد فراموشی سازمانی شناسایی شده و رابطه ی این سه بعد در سه فرضیه مورد بررسی قرار گرفته است. بنابراین از مدل سازی معادلات ساختاری برای سنجش فرضیه ها استفاده شد. نتایج حاصل از این مطالعه فرضیه های پژوهش که رابطه ی میان نوع دانش فراموش شده، روش فراموشی و پیامدهای فراموشی است را تأیید کرد.

اسمیز و لیلز<sup>۷</sup> (۲۰۱۱) در مقاله ای تحت عنوان در تعریف فراموشی سازمانی، فراموشی سازمانی را از نظر سه ویژگی شناختی، رفتاری و اجتماعی مورد تحلیل و بررسی قرار می دهند.

زنگ و چن<sup>۸</sup> (۲۰۱۰) در تحقیقی با عنوان رابطه بین فراموشی سازمانی هدفمند و نوآوری سازمانی با تاثیر وساطت کننده توانایی یادگیری سازمانی اشاره دارند که از نظر ایشان فراموشی سازمانی هدفمند یک مولفه مهم مدیریت دانش است.

جابر<sup>۹</sup> و همکاران (۲۰۰۹) به این نتیجه رسیده اند مهم ترین مسأله ای که باعث ایجاد بی نظمی شده است، عدم توجه به فرایندهای یادگیری و فراموشی است. در مدل ارائه شده سعی شده مدل کلاسیک اقتصادی سفارش و مفاهیم یادگیری و فراموشی سازمانی ترکیب شود.

<sup>5</sup> Wong

<sup>6</sup> Cheng & et al.

<sup>7</sup> Smith & lyles

<sup>8</sup> Zeng and Chen

<sup>9</sup> Jaber



بسانکو<sup>۱۰</sup> و همکاران (۲۰۱۰) در مدلی ریاضی میزان اثرگذاری فراموشی سازمانی را با استفاده از متغیرهای محیطی در شرایط پویای صنعتی بررسی کردند. در این مدل احتمال از دست دادن منابع شرکت ناشی از مدیریت ناکارآمد در محیط صنعتی محاسبه می شود. آنان نشان داده اند که اگر فراموشی سازمانی در سازمانی ضعیف باشد، آن گاه عدم تقارن دانشی در سازمان به وجود می آید. عدم تقارن دانش در سازمان به این معنی است که فقط برخی قسمت های سازمان مجهز به دانش روز و فراموشی سازمانی در این بخش ها به خوبی اجرا می شود.

نوکا و فرانسیس<sup>۱۱</sup> (۲۰۰۹) پژوهشی تحت عنوان هوشمندی رقابتی و رابطه آن با اثربخشی بازاریابی شرکت های بزرگ نیجریه ای انجام دادند. در این پژوهش برای هوشمندی رقابتی متغیرهای (فرصت های بازار، تهدیدات رقبا، ریسک های رقابتی، فرضیات محوری و آسیب پذیری کلیدی) تعریف شده است. نتایج این مطالعه نشان می دهد که بین هوشمندی رقابتی و اثربخشی بازاریابی شرکت های بزرگ رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

### ۱.۳. اهداف، سوالات و فرضیات تحقیق

بررسی تاثیر فراموشی سازمانی بر هوش رقابتی در شرکت های تولیدی و تجاری شهرستان شاهرود هدف کلی پژوهش حاضر است و در این مقاله ما در صدد پاسخ به پرسش ها و اثبات و یا رد فرضیات زیر هستیم که سوالات و فرضیات اصلی تحقیق هستند، می پردازیم:

آیا فراموشی سازمانی بر هوش رقابتی در شرکت های تولیدی و تجاری شهرستان شاهرود تاثیر دارد؟ فرضیات نیز شامل:

- فراموشی سازمانی هدفمند بر هوش رقابتی در شرکت های تولیدی و تجاری شهرستان شاهرود تاثیر دارد.

- فراموشی سازمانی تصادفی بر هوش رقابتی در شرکت های تولیدی و تجاری شهرستان شاهرود تاثیر دارد.

## ۲. روش مقاله

### ۲.۱. روش تحقیق

روش تحقیق در این پژوهش توصیفی از نوع همبستگی و از لحاظ هدف از نوع کاربردی می باشد. با توجه به اینکه تحقیقات توصیفی به دنبال توصیف شرایط یا پدیده های موجود می باشد. لذا پژوهشگر در این تحقیق به بررسی تاثیر فراموشی سازمانی بر هوش رقابتی در بین شرکت های تولیدی و تجاری شهرستان شاهرود می پردازد. به منظور بررسی و تجزیه و تحلیل داده های مورد تحقیق از روشهای آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است.

### ۲.۲. جامعه آماری<sup>۱۲</sup> و حجم نمونه

جامعه آماری عبارت است از کلیه عناصر و افرادی که در یک مقیاس جغرافیایی مشخص (جهانی، منطقه ای، محلی و یا مکانی) دارای یک یا چند صفت مشترک باشند (حافظ نیا، ۱۳۸۷، ص ۱۴۳). با توجه به اینکه قلمرو مکانی این تحقیق را شرکت های تولیدی و تجاری شهرستان شاهرود تشکیل می دهد، جامعه آماری مورد مطالعه در این تحقیق، کارکنان شرکت های تولیدی و تجاری شهرستان شاهرود می باشد و با توجه به اینکه جامعه آماری ۴۲۰ نفر است بنابراین باید از نمونه گیری استفاده شود.

<sup>10</sup> Besanko

<sup>11</sup> Nwokah & Frannces

<sup>12</sup> Statistical Population



در این تحقیق حجم نمونه آماری برای بررسی و انجام مراحل تحقیق با استفاده از فرمول کوکران به دست آمده است. با در نظر گرفتن این مفروضات و بر اساس فرمول تعداد نمونه آماری به این صورت محاسبه گردید.

$$n = \frac{N \times (Z \frac{\alpha}{2})^2 \times p \times q}{\epsilon^2(N - 1) + (Z \frac{\alpha}{2})^2 \times p \times q} = \frac{420 \times (1/96)^2 \times 0/5 \times 0/5}{(0/05)^2 \times (419) + (1/96)^2 \times 0/5 \times 0/5} \cong 201$$

با توجه به مفروضات فوق و با قرار دادن در فرمول کوکران حجم نمونه مورد بررسی معادل ۲۰۱ عدد خواهد شد. نمونه مورد نظر از میان کارکنان زن و مرد شرکت‌های تولیدی و تجاری شهرستان شاهرود به طور تصادفی ساده انتخاب شده‌اند.

### ۲.۳. ابزار جمع آوری اطلاعات

در این تحقیق جمع آوری اطلاعات به دو طریق انجام شده است. تحت روش کتابخانه‌ای که اطلاعات با مطالعه کتابها، گزارشات، مقالات و پایان نامه‌ها در مراکز علمی جمع آوری، طبقه بندی و تلخیص و به روش میدانی جمع آوری شده است و سپس به آزمون فرضیه‌ها و تحلیل نتایج پرداخته شد.

پرسشنامه اول شامل ۲۲ سوال در ۲ سرفصل و پرسشنامه دوم شامل ۲۰ سوال در ۵ سرفصل می‌باشد. ضمناً سوالات مرتبط با هر یک از سرفصل‌ها به شرح جداول زیر می‌باشد.

جدول ۱ سرفصل هر یک از سوالات پرسشنامه فراموشی سازمانی

ردیف	مولفه‌ها	شماره سوالات
۱	فراموشی سازمانی هدفمند	۱ تا ۱۱
۲	فراموشی سازمانی تصادفی	۱۲ تا ۲۲

جدول ۲ سرفصل هر یک از سوالات پرسشنامه هوش رقابتی

ردیف	متغیر	شماره سوالات
۱	فرصتهای بازار	۵-۱
۲	تهدیدات رقبا	۹-۶
۳	مخاطرات رقبا	۱۳-۱۰
۴	فرضیات محوری	۱۷-۱۴
۵	آسیب پذیری کلیدی	۲۰-۱۸



## ۲.۴. ابزارهای پژوهش

مقصود از روایی آن است که وسیله اندازه گیری واقعا بتواند خصیصه مورد نظر و نه متغیر دیگری را اندازه بگیرد و در این پژوهش از پرسشنامه استاندارد استفاده شده و به تائید اساتید صاحب نظر رسیده است.

منظور از پایایی یک وسیله اندازه گیری آن است که خصیصه مورد سنجش را با همان وسیله، تحت شرایط دوباره اندازه بگیریم، نتایج حاصل تا چه حد مشابه، دقیق و قابل اعتماد است.

یکی از روش های محاسبه قابلیت اعتماد استفاده از روش آلفای کرونباخ است. ضریب آلفا عددی است بین صفر و یک که هر چقدر به یک نزدیکتر باشد نشان دهنده پایایی بیشتر پرسشنامه است.

جدول ۳ ضرایب آلفای کرونباخ مربوط به پرسشنامه های فراموشی سازمانی و هوش رقابتی

عامل	تعداد گویه ها	ضریب آلفا کرونباخ
فراموشی سازمانی	۲۲	۰/۹۰۵
هوش رقابتی	۲۰	٪۸۵۵
فراموشی سازمانی هدفمند	۱۱	٪۸۷۷
فراموشی سازمانی تصادفی	۱۱	٪۸۳۵

## ۲.۵. روش تجزیه و تحلیل آماری داده ها

در این تحقیق به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از روش های آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. در آمار توصیفی از جداول فراوانی، میانگین ها و انحراف معیارها و در آمار استنباطی از آزمون کولموگوروف اسمیرنوف برای تعیین نرمال بودن متغیرها، تحلیل عاملی تاییدی استفاده شده است. قبل از تعیین نوع آزمون لازم است از وضعیت نرمالیتی متغیرها مطمئن شویم. در صورتی که متغیرها نرمال باشند، استفاده از آزمون های پارامتری توصیه می شود و در غیر این صورت استفاده از آزمون های ناپارامتری مدنظر قرار خواهد گرفت. برای تعیین نرمال بودن متغیرها بایستی سطح معنی داری بررسی شود، اگر سطح معنی داری از عدد ۰/۰۵ بالاتر بود متغیر نرمال و در غیر این صورت متغیرهای تحت بررسی غیرنرمال هستند. در تحقیق حاضر کلیه متغیرها نرمال هستند بدین جهت از آزمونهای پارامتریک استفاده به عمل آمده است.

## ۳. فعالیت و اقدامات اصلی طرح تحقیق

## ۳.۱. نتایج فرضیات

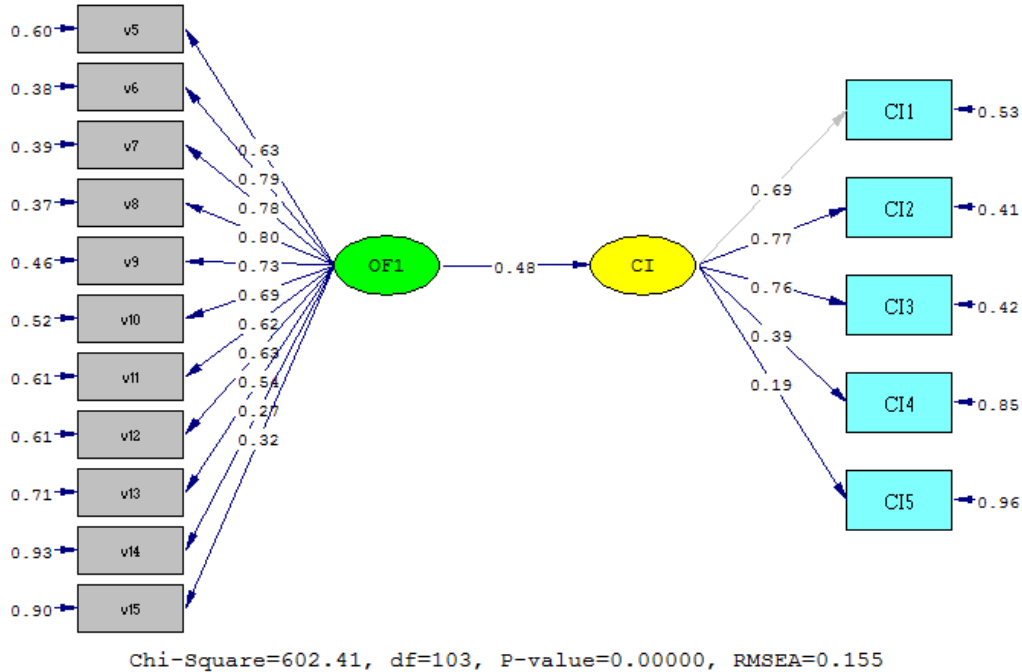
فرضیه اول:

۱- فراموشی سازمانی هدفمند بر هوش رقابتی در شرکت های تولیدی و تجاری شهرستان شاهرود تاثیر دارد.



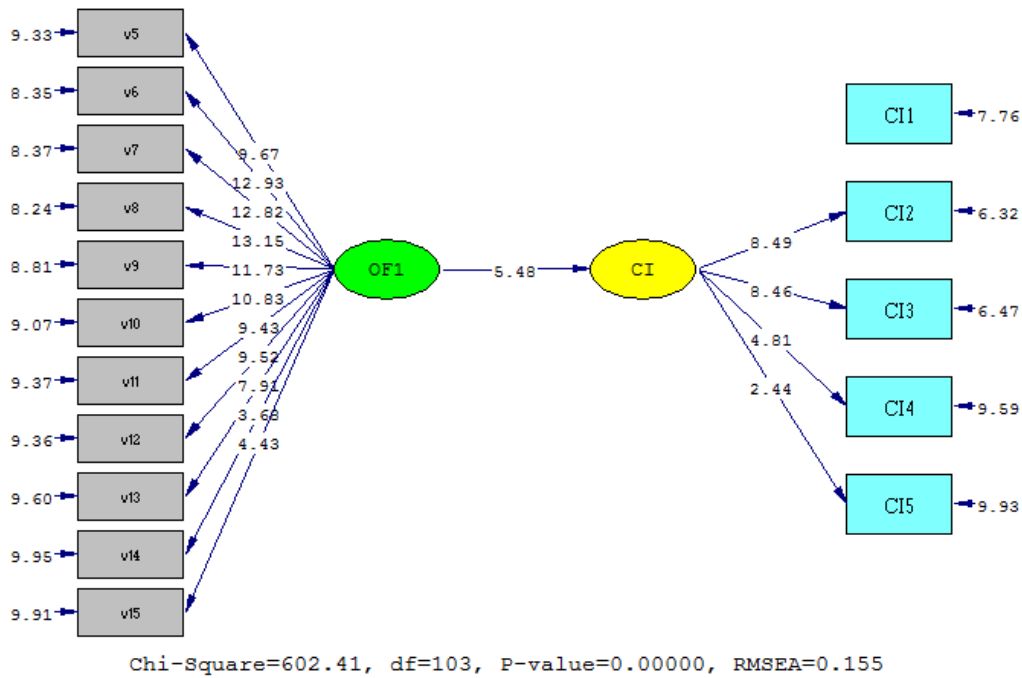


مدلسازی معادلات ساختاری فرضیه فرعی اول در شکل‌های ۱ و ۲ ارائه شده است. همانطور که مدلسازی نشان می‌دهد تاثیر مستقیم فراموشی سازمانی هدفمند بر هوش رقابتی معادل ۰/۴۸ است و با توجه به مقدار T-value (۵/۴۸) که بالاتر از ۱/۹۶ بدست آمده می‌توان فرضیه تحقیق را مبنی بر معنادار بودن این رابطه پذیرفت. همچنین نتایج برازش مدل که در جدول ۳ خلاصه شده است نشان از برازش مطلوب مدل دارد.



شکل ۱ مدل تخمین استاندارد فرضیه اول





شکل ۲ مدل اعداد معناداری فرضیه اول

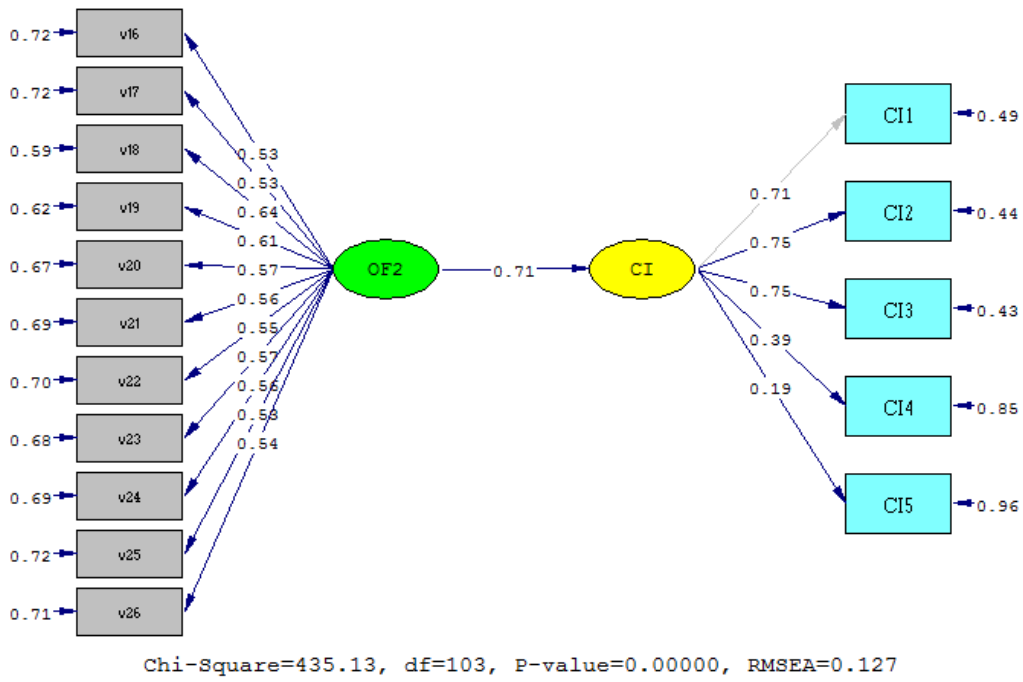
جدول ۴ شاخص های نیکویی برازش مدلسازی فرضیه اول

نیکویی برازش مدلسازی فرضیه فرعی اول	
Chi-Square	602.41
df	103
Chi-Square/ df	602.41/103 =
P-value	0.0000
RMSEA	0.155

فرضیه دوم:

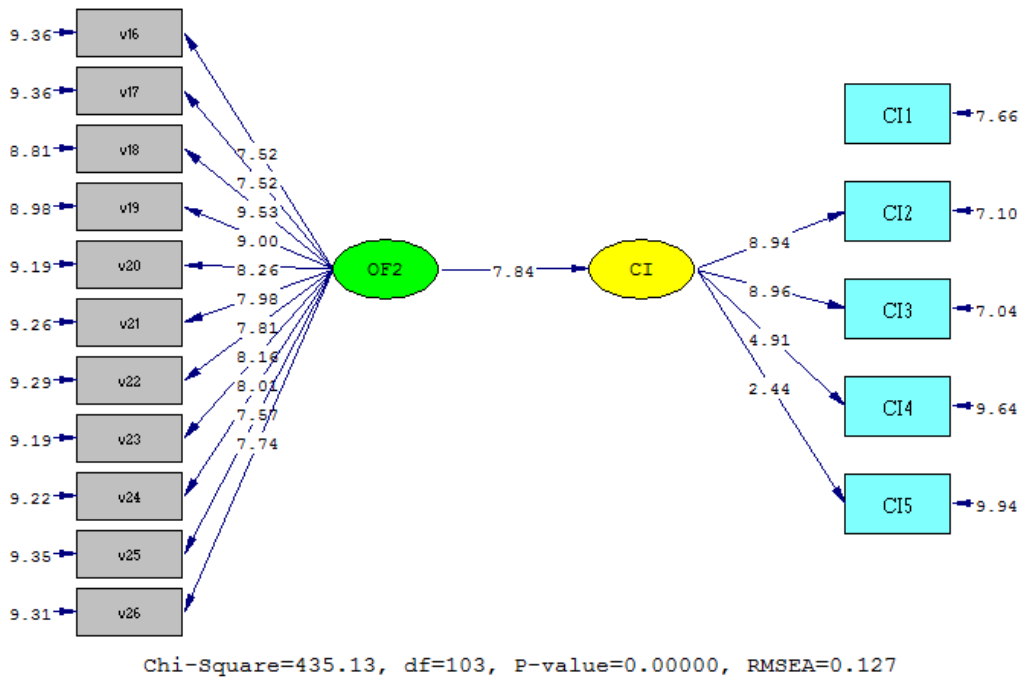
۲- فراموشی سازمانی تصادفی بر هوش رقابتی در شرکت های تولیدی و تجاری شهرستان شاهرود تاثیر دارد.

مدلسازی معادلات ساختاری فرضیه فرعی دوم در شکل های ۳ و ۴ ارائه شده است. همانطور که مدلسازی نشان می دهد تاثیر مستقیم فراموشی سازمانی تصادفی بر هوش رقابتی معادل ۰/۷۱ است و با توجه به مقدار T-value (۷/۸۴) که بیشتر از ۱/۹۶ بدست آمده می توان فرضیه تحقیق را مبنی بر معنادار بودن این رابطه قبول کرد. همچنین نتایج برازش مدل که در جدول ۴ خلاصه شده است نشان از برازش مطلوب مدل دارد.



شکل ۳ مدل تخمین استاندارد فرضیه دوم





شکل ۴ مدل اعداد معناداری فرضیه دوم

جدول ۵ شاخص های نیکویی برازش مدلسازی فرضیه دوم

نیکویی برازش مدلسازی فرضیه فرعی دوم	
Chi-Square	435.13
df	103
Chi-Square/ df	435.13/103 =
P-value	0.0000
RMSEA	0.127

#### ۴. بحث و نتیجه گیری

با وجود رابطه مشخص بین دانش، یادگیری و مزیت رقابتی، جای تعجبی نیست که در دهه اخیر موضوعاتی مانند یادگیری سازمانی و مدیریت دانش، توجه قابل ملاحظه ای را در ادبیات مدیریت به خود اختصاص داده اند. اما آنچه که در این بحث ها آشکار نشده، پدیده فراموشی سازمانی است که مدیریت مؤثر آن در یک فضای رقابتی می تواند به معنی تفاوت بین موفقیت و شکست باشد. مدیریت فراموشی سازمانی حداقل به دو دلیل مهم، حیاتی تلقی شده است. اولین دلیل از دست دادن غیر ارادی



دانش سازمانی است که سالانه میلیون ها دلار هزینه برای سازمان ها ایجاد می کند و دانش از دست رفته، به معنی از دست دادن قابلیت ها و کاهش رقابت های بالقوه است. دلیل دوم این است که یادگیری سازمانی به طور زیادی به فرایندهای فراموشی سازمانی وابسته است. یعنی شرکت هایی که می خواهند خودشان را تغییر دهند نه تنها باید قابلیت های جدید را کسب کنند، بلکه آن ها اغلب باید دانش قدیمی که آن ها را در دام گذشته گرفتار می کند، فراموش نمایند. بنابراین این پدیده به عنوان چالشی فراروی مدیریت دانش قرار دارد و سازمان ها بایستی با ایجاد زیرساخت های مناسب در توسعه مدیریت دانش تلاش نمایند تا بتوانند با داشتن قابلیت هایی مانند ایجاد و کسب، اعتباریابی، ذخیره سازی، توزیع و بکارگیری دانش در سازمان، این فرایند ها را مدیریت نمایند، به گونه ای که فراموشی عمدی یا مثبت که باعث پیشرفت و موفقیت سازمان می شود را در سازمان ایجاد کرده و از فراموشی تصادفی یا منفی که باعث از بین رفتن بخش های مهمی از دانش مفید می شود، جلوگیری نمایند (طبرسا و میرزاده، ۱۳۹۱).

هدف این پژوهش بررسی تاثیر فراموشی سازمانی بر هوش رقابتی در بین شرکت های تولیدی و تجاری شهرستان شاهرود است. جامعه آماری در این تحقیق شرکت های تولیدی و تجاری شهرستان شاهرود بوده که ۴۲۰ نفر می باشند که حجم نمونه از طریق فرمول کوکران ۲۰۱ نفر محاسبه شده است. پرسشنامه های مورد بررسی شامل پرسشنامه فراموشی سازمانی مشبکی و همکاران و مشتمل بر ۲۲ سوال و پرسشنامه هوش رقابتی گلدسون و همکاران (۲۰۱۲) و مشتمل بر ۲۰ سوال بر مبنای طیف لیکرت بودند. متغیرهای این تحقیق، فراموشی سازمانی که شامل مولفه های فراموشی سازمانی هدفمند و تصادفی و متغیر هوش رقابتی که شامل مولفه های فرصت های بازار، تهدیدات رقبا، مخاطرات رقبا، فرضیات محوری و آسیب پذیری کلیدی می شود، است. داده های پرسشنامه، بعد از جمع آوری وارد نرم افزار مربوطه شد. جهت انجام تجزیه و تحلیل در این تحقیق از نرم افزار Lisrel استفاده شده است. نتایج شامل دو بخش آمار توصیفی و استنباطی است.

در بخش آمار توصیفی، شاخصهای جنسیت، سن، سطح تحصیلات و سنوات خدمتی مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج نشان داد که ۸۰٫۱٪ پاسخ دهندگان را مردان و ۱۹٫۹٪ پاسخ دهندگان را زنان تشکیل می دهند. بیشترین گروه پاسخ دهنده در گروه سنی ۳۰ تا ۳۹ سال، و ۴۳٫۸٪ پاسخ دهندگان بین ۵ تا ۱۰ سال سابقه کار دارند و بیشترین گروه پاسخ دهنده نیز در سطح تحصیلی دیپلم و زیردیپلم قرار دارند.

در بخش آمار استنباطی، از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف استفاده شده است. نتایج آزمون کولموگروف - اسمیرنوف نشان داد که Sig دو پرسشنامه در حالت کلی بزرگتر از ۵ درصد است و فرض نرمال بودن پرسشنامه ها پذیرفته می شود. بنابراین، در ادامه از آزمونهای پارامتریک جهت تجزیه و تحلیل داده ها استفاده شد. جهت بررسی فرضیات، از مدلسازی معادلات ساختاری استفاده شده است. نتایج این آزمون به شرح زیر است:

**فرضیه ۱:** نتایج مدلسازی نشان داد که تاثیر مستقیم فراموشی سازمانی هدفمند بر متغیر هوش رقابتی معادل ۰/۴۸ است و با توجه به مقدار T-value (۵/۴۸) که بالاتر از ۱/۹۶ بدست آمده می توان فرضیه تحقیق (H1) را مبنی بر معنادار بودن این رابطه پذیرفت.



**فرضیه ۲:** نتایج مدلسازی نشان داد که تاثیر مستقیم فراموشی سازمانی تصادفی بر متغیر هوش رقابتی معادل ۰/۷۱ است و با توجه به مقدار T-value (۷/۸۴) که بالاتر از ۱/۹۶ بدست آمده می توان فرضیه تحقیق (H1) را مبنی بر معنادار بودن این رابطه پذیرفت.

نتایج به دست آمده تاثیر فراموشی سازمانی بر هوش رقابتی و فرضیات فرعی مربوط به فراموشی سازمانی هدفمند و تصادفی را مورد تأیید قرار دادند.

با توجه به نتایج به دست آمده، تاثیر فراموشی سازمانی (هدفمند و تصادفی) بر هوش رقابتی مورد تأیید قرار گرفت. در نتیجه این گونه استنباط می شود فراموشی سازمانی عامل مهمی در ایجاد تغییرات سازمانی و فرایند یادگیری است و همچنین فراموشی نقش مهمی در پیوند دادن فرایندهای یادگیری سازمانی و به دنبال افزایش هوش رقابتی دارد که نتایج این تحقیق با تحقیق صادقیان و همکاران (۱۳۹۱) و چنگ و همکاران (۲۰۱۲) همخوانی دارد.

برای بررسی تاثیر مولفه های فراموشی سازمانی (متغیر مستقل) بر هوش رقابتی (متغیر وابسته) از مدلسازی معادلات ساختاری استفاده شده است. نتایج کلی این تحقیق نشان داد که متغیر فراموشی سازمانی بر هوش رقابتی در بین شرکت های تولیدی و تجاری شهرستان شاهرود در سال ۱۳۹۴ تاثیر دارد.

## منابع

۱. بیک نژاد، جعفر؛ اسکندری، کریم و مولوی، زهرا (۱۳۸۸). بررسی رابطه هوش رقابتی مدیران با توسعه صنایع کوچک استان آذربایجان شرقی، چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک.
- ۲- پرهیزگار، محمدمهدی؛ جاوید، سارا (۱۳۹۰). بررسی تاثیر هوشمندی رقابتی بر رضایت مشتری.
- ۳- پیرایش، رضا؛ علی پور، وحیده (۱۳۹۱). بررسی رابطه ی بین هوش رقابتی و اثربخشی استراتژی های بازاریابی در بین بانک های دولتی و خصوصی استان زنجان، مدیریت بازرگانی، دوره ۴، شماره ۱۲، تابستان، صص ۱-۱۸.
- ۴- جلالی، رضا؛ خسروانی، فرزانه (۱۳۸۹). «فراموشی سازمانی؛ چالش مهم مدیران در عصر جدید کسب و کار»، پژوهش نامه مدیریت تحول، سال دوم، شماره ۴.
- ۵- حاجی عزیزی، نادیا، عصمتی، محدثه دخت، مرادی، شیما (۱۳۸۸). «فراموشی سازمانی: رویکرد نوین در مدیریت دانش»، فصلنامه علوم و فناوری اطلاعات، شماره ۶۰، صص ۳۱۷-۳۳۰.
- ۶- خسروانی، فرزانه؛ جلالی، رضا (۱۳۸۹). «فراموشی سازمانی؛ چالش مهم مدیران در عصر جدید کسب و کار»، پژوهش نامه مدیریت تحول، سال دوم، شماره ۴، نیمه دوم، صص ۹۷-۱۱۷.
- ۷- دیوید، فردار، مدیریت استراتژیک، ترجمه: علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، ۱۳۷۹، دفتر پژوهشهای فرهنگی، تهران، چاپ هفتم، صص ۲۴۰-۲۴۷.
- ۸- صادقیان، رحمت اله و همکاران (۱۳۹۱). بررسی رابطه فراموشی سازمانی هدفمند و چابکی سازمان، پژوهش های مدیریت عمومی، سال پنجم، شماره هفدهم، پاییز، صص ۱۰۳-۱۲۰.
- ۹- کاتلر، فیلیپ، آرمسترانگ، گری، اصول بازاریابی، علی پارسائیان، نشر ادبستان، تهران، ۱۳۷۹، چاپ اول، صص ۱۵۲.
- ۱۰- مشبکی و همکاران، اصغر (۱۳۹۱). «ارتقا عملکرد سازمانی از طریق فراموشی سازمانی هدفمند در بیمارستان های دولتی و خصوصی شهر مشهد»، مدیریت سلامت، شماره ۱۵.



11. Azmi, F. T. (2005). **Mapping the Learn-Unlearn-Relearn Model Imperatives for Strategic Management**. Indian journal of training & development, pp.4-14.
12. Azmi F.T. (2008). **Mapping the Learn-Unlearn-Relearn Model Imperatives for Strategic Management**., Indian journal of training & development; 20(3):240-259.
13. Besanko, D., Doraszelski, U., Kryukov, Y., & Satterthwait, M. (2010) «**Learning-by-Doing, Organizational Forgetting, and Industry Dynamics**», *Econometrica*, 78(2), 453-508.
14. **Competitive Intelligence and its** 4. Calof, J., Smith, J. (2009). “**The integrative Domain of Foresight and Management**, Vol.40, and Iss: 1, PP.31-39. **Impact on R&D management**”, *R&D Management*, Vol.40, and Iss: 1, PP.31-39.
15. **practitioner, academic and inter-** 5. Calof, J.L., Wright, S. (2008). “**Competitive intelligence: A Journal of Marketing**, Vol.42, No.7/8, PP.717-730. **disciplinary perspective**”, *European Journal of Marketing*, Vol.42, No.7/8, PP.717-730.
16. **intentional forgetting might be** «6. Cheng, s. k., Liu, C. I., Lee, J. R., Hung, D. L., & Tzeng, O. J. (2012). **more effortful than remembering: An ERP study of item-method directed forgetting**», *Biological Psychology*, 89(2), 283– 292.
17. **How to Evaluate & Develop** 7. Colakoglu, T. (2011). “**The Problematic Of Competitive Intelligence: Social and Science**, Vol.24, PP.1615-1623. **Competitive Intelligence?**” *Procedia*
18. De Holan P.M ,Phillips N. (2004). **Remembrance of things past: The dynamics of organizational forgetting**. *Management Science*; 50: 1603-13.
19. Fernandez V, Sun A. (2009). **Organizational forgetting and its causes: an empirical research**. *Journal of Organizational Change Management*; 22(6):620-634.
20. **retailing: a qualitative approach**”, 10. Gatsoris, L. (2012). “**Competitive intelligence in Greek furniture and Iss: 3**, PP.224-242. *EuroMed Journal of Business*, Vol.7,
21. Gregory G., Dess, G.T. Lumpkin and Taylor, Marilyn L., (2005). **competitive intelligence Management**. 2ed, New York: McGraw-Hill Irwin.
12. Hosseini, S., jalali, R., & khosravani, F. (2011). **Organizational Forgetting; Manager's Important** «12. Hosseini, S., jalali, R., & khosravani, F. (2011). **Challenge in the New Workmanship Era**», *Transformation Management Journal*, 2(4), 97-117.
22. Jaber, M. Y., Bonney, M., & Moualek, I. (2009). «**Lot sizing with learning, forgetting and entropy cost**», *International Journal of Production Economics*, 118(1), 19-25.
23. (2010). **Management of organizational forgetting in construction of** 14. Jiang, Yun and Fu qiang. **organizational absorptive capacity**, *E-product E-service and E-Entertainment(ICEEE)*, ISBN. 9781424471591, pp.1-6.
24. Kransdorff (1998). **Corporete amnesia**. *The future of money*, pp. 95-104.
25. Ku T.-H. (2011). **How to improve organizational performance through learning and knowledge?** *International Journal of Manpower*; 32(5): 581-60
26. Lehesvitra T. (2004). **Learning to Forget and Forgetting to Learn**. *Development and Learning in Organizations*; 18(6):26-29.
27. Lin C.-Y. Kuo T.-H. (2007). **The mediate effect of learning and knowledge on organizational performance**. *Industrial Management & Data Systems*; 107(7): 1066-1083
28. Martin De Holan, P., Phillips, N. and Lawrence, T.B. (2004). **Managing Organizational Forgetting**, *MIT Sloan Management Review* Vol.45, No.2, PP.44-51.
29. Moshabaki A, Andalib Ardakani N, Andalib Ardakani D. (2011). **The impact of leadership styles on Organizational forgetting: new approach in knowledge management**. *Journal of Health Administration* 2011; 14 (44):41-54 [Persian]

