

بررسی رابطه بین مدیریت سرمایه فکری با مدیریت دانش در امور مالیاتی خراسان شمالی

مرتضی نوری^{۱*} و زهرا پور محمد^۲

۱ (مسئول) کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، شهرداری اسفراین، اسفراین، ایران - morteza.nori2013@gmail.com

۲ شهرداری اسفراین، اسفراین، ایران

چکیده

هدف از این تحقیق شناسایی رابطه بین مدیریت سرمایه فکری با مدیریت دانش در امور مالیاتی خراسان شمالی در سال ۹۴-۱۳۹۳ می باشد. تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی- توصیفی پیمایشی و از نوع همبستگی می باشد. جامعه آماری پژوهش را کلیه کارکنان اداره امور مالیاتی خراسان شمالی به تعداد ۲۹۰ نفر تشکیل می دهند. حجم نمونه مطابق با جدول مورگان، برای ۲۹۰ نفر ۱۶۵ نفر برآورد گردید و به شیوه خوشه ای تصادفی انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده ها برای متغیر ابعاد مدیریت سرمایه فکری از پرسشنامه استاندارد «مدیریت سرمایه فکری» بنتیس (۱۹۹۸) و برای سنجش میزان مدیریت دانش نیز از پرسشنامه استاندارد شده «مدیریت دانش» نوناکو (۱۹۹۵) می باشد. که قبلاً روایی آن مورد تایید اساتید و خبرگان قرار گرفته بود و پایایی آن به کمک روش ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه های مدیریت سرمایه فکری و مدیریت دانش به ترتیب مقادیر ۰/۸۲ و ۰/۸۴ بدست آمد که نشان دهنده اعتبار و پایایی پرسشنامه های مذکور بود. داده های جمع آوری شده با استفاده از آزمون های آماری همبستگی پیرسون برای بررسی روابط بین فرضیات تحقیق استفاده گردید و داده های جمع آوری شده با استفاده از آزمون های آماری همبستگی پیرسون به کمک نرم افزار spss نسخه ۲۰ استفاده شده است. نتایج نشان داد بین مدیریت سرمایه فکری و مدیریت دانش در اداره امور مالیاتی خراسان شمالی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. بنابراین، با افزایش مدیریت سرمایه فکری و ترویج ابعاد آن در اداره امور مالیاتی خراسان شمالی می توان به ارتقای مدیریت دانش کارکنان کمک کرد.

واژه های کلیدی: سرمایه ارتباطی (مشتری)، سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری، سرمایه فکری، مدیریت دانش

۱: مقدمه

استفاده از مدیریت دانش در عصر جهانی سازی، رقابت های فزاینده و تغییرات تکنولوژیکی به یک امر حیاتی تبدیل شده است. انفجار دانش و انقلاب نوین اطلاعاتی، گسترش روزافزون فناوری اطلاعاتی از عوامل کلیدی هستند که در راستای انتقال به یک جامعه مبتنی بر دانش نقش بسزائی دارند. مدیریت دانش را می توان فرایند انتقال اطلاعات و سرمایه فکری دانست که می تواند اطلاعات مناسب را در زمان نیاز در اختیار افراد قرار دهد.

در محیط متغیر و دانش محور امروزی، نوآوری به علت تغییر الگوهای رقابت سازمانی و ضرورت سازگاری با تغییرات سریع، بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است به همین دلیل، یکی از مسائلی که مدیران سازمانها با آن مواجه می شوند این مساله می باشد که چه اقداماتی را برای توسعه و بهبود نوآوری و خلاقیت در سازمان باید انجام دهند. با توجه به اینکه نوآوری در سازمان فرآیندی دانش محور بوده و محصول و نتیجه، کاربست دانش و سرمایه های فکری است، می توان گفت سازمان هایی که از سطح مطلوبی از سرمایه فکری برخوردارند، نوآورتر و خلاق تر نیز می باشند. در این میان سرمایه فکری موضوع جدیدی است که در طی دو دهه گذشته به یکی از موضوعات حیاتی مدیریت دانش تبدیل شده است و به عنوان یکی از ارزش افزاترین منابع سازمانی و شاخصی کلیدی در ایجاد مزیت رقابتی برای سازمانها مطرح شده است و شناسایی و مدیریت سرمایه های فکری، و مدیریت دانش یک ضرورت جدی در عرصه کسب و کار امروزی می باشد.

بسیاری از سازمانها مدیریت دانش را برای تصرف دارایی های فکری کارکنان به کار می گیرند، نکته ی اساسی بحث مدیریت دانش این است که مقادیر متعدد دانش درباره ی مراجعان، فرایندها، محصولات و خدمات در همه ی سطوح سازمان موجود است و اگر این دانش بتواند یک جا تصرف گردد و انتقال یابد، به سازمانها کمک می کند که موفق تر و مؤثرتر باشند. فرایند مدیریت دانش شامل خلق دانش، ارزشیابی دانش، ارایه ی دانش، توزیع دانش و کاربرد دانش است. سازمان ها برای تبدیل دانش به یک کلای سرمایه ای، باید در جهت ایجاد تعادل میان فعالیت های مدیریت دانش بکوشند، ولی موانع متعددی بر سر راه خلق و به کارگیری دانش در سازمانها وجود دارد. وظیفه ی مدیریت دانش آن است که این موانع را شناسایی و رفع نماید (کوئینگ، ۱۳۸۹).

سازمان امور مالیاتی کشور بر اساس سیاستهای کلی نظام جمهوری اسلامی ایران (مصوب مجمع تشخیص مصلحت نظام) در راستای قطع اتکاء هزینه های جاری به نفت و تامین آن از محول درآمد مالیاتی و سایر درآمدها حداکثر تا پایان برنامه پنجم، اصلاح نظام مالیاتی به منظور توسعه رفاه عمومی، رونق تولید و سرمایه گذاری و برقراری عدالت مالیاتی از طریق ترویج فرهنگ مالیاتی، ارتقاء اعتقاد عمومی، ساده سازی و شفافیت راهبردهای اصلاح نظام مالیاتی کشور ۸۸-۸۴ بدین شرح تدوین شده اند: اصلاح ساختار سازمانی، توسعه منابع انسانی، اجرای طرح جامع اطلاعات مالیاتی، پیاده سازی مالیات بر ارزش افزوده، توسعه فرهنگ مالیاتی، ایجاد ارتباط سازنده و فعال با نهادهای محیطی، تقویت اعتماد مودیان مالیاتی، مقابله با مفاسد ادار ی و ارتقاء امنیت اقتصادی (مهر علیزاده و عبدی، ۱۳۸۸)

این پژوهش با توجه به اهمیت مدیریت دانش در سازمانها در پی دستیابی به شناخت بیشتر از عوامل مؤثر بر اجرای مناسب این راهبرد است. در همین راستا با توجه به تعاریف و ابعاد مدیریت دانش و نیز سرمایه فکری که در هر دو بر ارتباطات و تعاملات میان افراد تاکید می شود، محقق تلاش می کند تا چگونگی ارتباط میان سرمایه فکری و مدیریت دانش را جستجو کند و میزان اثرپذیری مدیریت دانش از سرمایه فکری در سازمان امور مالیاتی را مورد آزمون قرار دهد.

۲: مبانی نظری تحقیق

۲-۱: سرمایه فکری

از سرمایه فکری تعاریف فراوانی شده است اما در یک تعریف کلی، سرمایه فکری نماینده مجموعه دارایی های ناملموسی است که همچنین بعنوان دارایی های دانش معروف اند. این دارایی ها از دارایی های فیزیکی همچون اموال، ماشین آلات و تجهیزات

یا موجودی کالا و دارایی های مالی همچون مطالبات، سرمایه گذاری ها و نقدینگی متمایز است و بطور فزاینده ای بعنوان منبع کلیدی شرکت در استراتژی های رقابتی شان اهمیت می یابد (سودرسانام و دیگران، ۲۰۰۶: ۶۵). سرمایه فکری فراهم کننده یک پایگاه منابع جدید است که از طریق آن سازمان می تواند به رقابت پردازد (بونتیس به نقل از قلیچ لی و مشبکی، ۱۳۸۵: ۱۲۷). سرمایه فکری شامل آن بخش از کل سرمایه یا دارایی شرکت است که مبتنی بر دانش بوده و شرکت دارنده و مالک آن بشمار می آید (انواری رستمی و رستمی، ۱۳۸۲: ۱۲۸).

۱-۲: اهمیت سرمایه فکری

سرمایه فکری در نوآوری، بهره وری، رشد و نمو، رقابت جویی تجاری و عملکرد اقتصادی از اهمیت اساسی و فزاینده ای برخوردار است (لیم و دالیمور^۳، ۲۰۰۴: ۱۹۲). این دارایی ها فرصت های سازمان را افزایش می دهند (سودرسانام و دیگران، ۲۰۰۶: ۳۰۶). می توان گفت که موفقیت روزافزون و بهره وری شرکت یا سازمان مرهون توجه به دانش و سرمایه فکری است. با شناخت ماهیت، مدل و روش های سنجش، اندازه گیری و ارزشگذاری سرمایه فکری، امکان طرح ریزی و بهینه سازی و کنترل و نظارت مستمر بر آن در شرکت ها و سازمان ها مهیا خواهد شد (رستمی و رستمی، ۱۳۸۲: ۸۶).

۲-۱-۲: ویژگیهای سرمایه فکری

با وجود شباهت سرمایه فکری با داراییهای مشهود، در توانایی بالقوه برای ایجاد جریانهای نقدی آتی، اما ویژگیهایی که سرمایه فکری را از این داراییها متمایز می کنند، عبارتند از: داراییهای فکری، داراییهای غیر رقابتی هستند. بر خلاف داراییهای فیزیکی که فقط می توانند برای انجام یک کار به خصوص در یک زمان خاص مورد استفاده قرار بگیرند، داراییهای فکری را می توان به طور همزمان برای چند امر خاص به کار گرفت. برای مثال، سیستم پشتیبانی از مشتری می تواند، امکان حمایت از هزاران مشتری را در یک زمان خاص فراهم کند. این توانایی یکی از مهمترین معیارهای برتری داراییهای فکری بر داراییهای فیزیکی است. سرمایه انسانی و سرمایه رابطه ای، قابلیت تبدیل شدن به مالکیت شخصی ندارند، بلکه باید بین کارکنان و مشتریان و تأمین کنندگان مشترک باشند. بنابراین، رشد این نوع از داراییها نیاز به مراقبت و توجه جدی دارد (تالوکدار، ۲۰۰۸: ۱۲۵).

۲-۲: مدیریت دانش

۱-۲-۲: مفهوم دانش

دانش از اطلاعات و اطلاعات از داده ها ریشه می گیرند. دانش ترکیب سازمان یافته ای است از داده ها که از طریق قوانین، فرایندها و عملکردها و تجربه حاصل آمده است. به عبارت دیگر، دانش معنا و مفهومی است که از فکر پدید آمده است و بدون آن اطلاعات و داده تلقی می شود. تنها از طریق این مفهوم است که اطلاعات حیات یافته و به دانش تبدیل می شوند. دانش، در ذهن دانشور به وجود آمده و به کار می رود. دانش در سازمان ها نه تنها در مدارک و ذخایر دانش، بلکه در رویه های کاری، فرایندهای سازمانی، اعمال و هنجارها مجسم می شود. داده ها به خودی خود عاری از مفهوم بوده و شامل مشاهدات، حقایق یا اعداد هستند. وقتی که داده ها به منظور خاصی سازماندهی شده و در یک متن قرار می گیرند، تبدیل به اطلاعات می شوند. هنگامی که اطلاعات برای آشکار ساختن الگوها و گرایشهای نهان مورد تحلیل قرار می گیرد به دانش تبدیل می شود (دلپس^۵، ۱۹۹۸: ۴۹).

۲-۲-۲: دانش سازمانی و انواع آن

هر سازمان دارای دانش است که به وسیله این دانش به ارائه خدمات و محصولات می پردازد. این دانش سازمانی است که سازمان را در بازار رقابتی نگه می دارد و بقای آن را تضمین می کند. از آن جایی که هر سازمان متشکل از مجموعه افراد است، پس دانش سازمانی از دانش های شخصی شکل می گیرد. دانش می تواند متصل به افراد باشد که «دانش شخصی» نامیده می

2- Sudarsanam & et al

3-Lim, Lunn L.K. & Dallimore

4-Talukdar

5 -Delic

شود. همچنین دانش می تواند در فرآیندها، قوانین، سیستم های کاری و ... یافت شود که با نام «دانش گروهی» شناخته می شود. دانش در هر سازمان می تواند به شکل های زیر موجود باشد:

- دانش محصول: شامل دانش خود محصول و نحوه تولید آن می باشد. دانش خود محصول به معنی رفع مشکلات ناشی از استفاده از محصول می باشد و دانش نحوه تولید به معنی بهترین و مقرون به صرفه ترین روش تولید محصول می باشد. این نوع دانش، ساخت یافته و درون سازمانی می باشد (اللهیاری فرد، عباسی، ۱۳۹۰: ۴۶).

- دانش متخصصان: دانش افراد فعال در سازمان که باعث شکل گیری محصولات و خدمات آن سازمان می شود. بیشترین فعالیت سازمان ها در مدیریت دانش، استخراج، مستند سازی و قابل استفاده مجدد نمودن این نوع دانش می باشد (همان: ۴۷).

- دانش رهبری: شامل تمام قوانین و فرآیندها و ابزارهای مدیریت کارکنان برای رسیدن به اهداف سازمانی است. این نوع دانش یک دانش درونی است که معمولاً توسط افراد سطح اول هر سازمان تعیین می گردند.

- دانش محیطی: این نوع دانش شامل برداشت هایی است که از یک محیط می توان داشت. این نوع دانش به سختی به شکلی خارجی مشاهده می شود و عموماً دانش درونی است (ماراکس، ۲۰۰۶: ۱۳۶).

- دانش اجتماعی: تصویری که از یک سازمان و یا مجموعه در اذهان شکل می گیرد، دانش اجتماعی است. از دیدگاه دیگر، در سازمان ها دو نوع دانش وجود دارد که به عنوان دانش صریح یا آشکار و ضمنی یا پنهان شناخته می شوند. تحقیقات بسیاری نشان می دهد که تنها ۲۰٪ دانش آشکار و صریح و ۸۰٪ مابقی پنهان و ضمنی است دانش آشکار، دانشی است که وضوح کافی برای درک آن وجود دارد. مصادیق این نوع از دانش، کتاب، مقاله، سخنرانی، روش های مدون سازمانی و سایر مستندات مشابه می باشد اما دانش ضمنی را می توان درون اذهان انسان ها، رویه های سازمان و نیز در اندوخته های فرهنگی جوامع گوناگون مستتر یافت. دانش ضمنی معمولاً در قلمرو دانش شخصی، شناختی و تجربی قرار می گیرد، در حالی که دانش صریح بیشتر به دانشی اطلاق می شود که جنبه ی عینی تر و عقلانی تری دارد. دانش صریح به طور معمول هم به خوبی قابل ثبت است و هم قابل دسترسی است. پولانی لار تمایز میان دو دانش می گوید: «می توانیم بیش از آن که به زبان می آوریم، بدانیم». او در اصل چنین می گوید که بیان کردن دانش ضمنی با واژه ها دشوار است (هاتن و همکاران، ۲۰۰۶: ۸۳).

۳-۲-۲: ویژگی های دانش سازمانی

دانش سازمانی دارای ویژگی های زیر است:

- منحصر به فرد: هر فردی در سازمان، دانش را بر اساس برداشت شخصی که از اطلاعات درون و برون سازمانی به دست می آورد، در اختیار دارد. علاوه بر این، دانش سازمانی بر اساس گذشته تاریخی و تجربیات و مهارت های جمع شده خود سازمان شکل می گیرد. بنابراین دو گروه یا دو سازمان به شیوه یکسان، فکر و عمل نخواهند کرد (موری و همکاران، ۲۰۰۹: ۵۱)

- دارای ارزش: دانش سازمانی، باعث بهبود تولیدات، فرآیندها، فناوری ها یا خدمات می شود و سازمان را قادر می سازد که قدرت رقابت و کارایی خود را افزایش دهد. دانش به سازمان ها کمک می کند تا با رویکردی جدید به حل مسائل و مشکلات خود بپردازند و خود را با تغییرات فناوری هماهنگ نمایند و آن را با روشی درست برای تسهیل کارکرد و خدمات سازمانی خود به کار گیرند.

- غیرقابل جایگزین: یعنی دانش سازمانی به وجود آمده در یک سازمان، قابل به کارگیری در سازمان های دیگر، به عنوان جایگزین نیست، چرا که همان کارکردها، تجربه ها و افراد، نمی توانند در جای دیگر دوباره تکرار شوند.

6- Maraks

7 Pulani

8 Hatten

9 -Morey

- استراتژیک: دانش سازمانی یک منبع استراتژیک است، لذا سازمان‌هایی که می‌خواهند به رقابت ادامه دهند و پویایی خود را حفظ کنند باید ساز و کارها را برای ضبط دانش مربوط ایجاد دهند و آن را به طور دقیق، دائمی، مختصر و به موقع به همه افرادی که به آن نیاز دارند برسانند (کرشبرگ، ۲۰۰۸: ۱۸۴).

۲-۳: تعریف مدیریت دانش

نویسندگان و صاحب‌نظران مدیریت دانش، از دیدگاه‌های گوناگون، به تعریف مدیریت دانش پرداخته‌اند، که در این جا برخی از تعاریف مطرح شده را می‌آوریم:

رایتز: مدیریت دانش، شامل همه روش‌هایی است که سازمان، دارایی‌های دانشی خود را اداره می‌کند که شامل چگونگی جمع‌آوری، ذخیره‌سازی، انتقال، بکارگیری، به‌روز‌سازی و ایجاد دانش است.

لاری پروساک: مدیریت دانش، تلاشی برای آشکار کردن دارایی پنهان در ذهن اعضاء و تبدیل این دارایی به دارایی سازمانی است تا همه کارکنان سازمان به آن دسترسی داشته باشند.

تام داوونپورت: مدیریت دانش، عملیات کشف، سازماندهی و خلاصه کردن دارایی اطلاعات است؛ به شکلی که معلومات کارکنان را بهبود بخشد.

هوبرت سنت آنگو: مدیریت دانش عبارت است از ایجاد ارزش از دارایی‌های پنهان شرکت. زمانی این هدف تأمین می‌شود که بتوانیم توانایی‌های سازمانی و فردی را به گونه‌ای پرورش دهیم که در ایجاد، تبادل و گردآوری دانش، توانا باشند. این امر مستلزم آن است که برای افراد بشر، ارزشی بالا قائل شویم.

دانشکده مدیریت تگزاس، مدیریت دانش را این‌گونه تعریف می‌کند: مدیریت دانش، فرایند سیستماتیک و نظام‌مند کشف، انتخاب، سازماندهی، تلخیص و ارائه اطلاعات است؛ به گونه‌ای که شناخت افراد را در حوزه مورد علاقه اش بهبود می‌بخشد. مدیریت دانش به سازمان کمک می‌کند تا از تجارب خود، شناخت و بینش بدست آورد و فعالیت خود را بر کسب، ذخیره‌سازی و استفاده از دانش متمرکز کند تا بتواند در حل مشکلات، آموزش پویا، برنامه ریزی راهبردی و تصمیم‌گیری از این دانش بهره‌گیری کند. مدیریت دانش نه تنها از زوال دارایی‌های فکری و مغزی جلوگیری می‌کند، بلکه به طور مداوم بر این ثروت می‌افزاید. ویکی پدیا: مدیریت دانش فرآیندی است که به سازمان‌ها کمک می‌کند تا اطلاعات و مهارت‌های مهم را که به عنوان حافظه سازمانی محسوب می‌شود و به طور معمول به صورت سازماندهی نشده وجود دارند، شناسایی، انتخاب، سازماندهی و منتشر نمایند. این امر مدیریت سازمان‌ها را برای حل مسائل یادگیری، برنامه ریزی راهبردی و تصمیم‌گیری‌های پویا به صورت کارا و موثر قادر می‌سازد (مارویک، ۲۰۰۹: ۷۴).

۱-۳-۲: پیدایش مدیریت دانش

تحول از مدل کسب و کار صنعتی که در آن سرمایه‌های یک سازمان، سرمایه‌های قابل لمس نظیر تجهیزات تولید، ماشین، زمین و غیره بودند به سمت سازمان‌هایی که دارایی اصلی آن‌ها مانند دانش و خبرگی غیرقابل لمس است.

حجم انبوه اطلاعات، ذخیره الکترونیکی آن و افزایش دسترسی به اطلاعات ارزش دانش را افزوده است؛ زیرا فقط از طریق دانش است که این اطلاعات ارزش پیدا می‌کند، دانش از این منظر که به تصمیم‌گیری و اقدام نزدیک تر است ارزش بیشتری از اطلاعات دارد؛ زیرا اطلاعات به تنهایی منجر به تصمیم نمی‌شود، بلکه تبدیل اطلاعات به دانش است که به تصمیم و به دنبال آن به اقدام می‌انجامد.

1 -Kershberg	0
1 - Rubritz	1
1 -Larry Prusak	2
1 -Tom Davenport	3
1 -hobert santiago	4
1 -Wikipedia	5
1 -Marwick	6

تخصصی تر شدن فعالیت ها ممکن است خطر از دست رفتن دانش سازمانی و خبرگی به واسطه انتقال یا اخراج کارکنان را به همراه داشته باشد، و این مسئله نیاز به مدیریت دانش را آشکار می کند (لوشین ۲۰۰۹: ۴۳).

سیستم‌های مدیریت دانش

به طور کلی، سیستم‌های مدیریت دانش باید به همه افرادی کمک کند که در فرآیندهای ادراک، ارزیابی و سازماندهی کار مشارکت دارند. از جمله این افراد عبارتند از: کارکنان جدید سازمان مدیران، تحلیلگران سیستم، مشتریان و تهیه‌کنندگان مواد اولیه که در فرایندهای کاری کل سازمان مشارکت می‌کنند. با توجه به این مبحث، الزامات سیستم‌های مدیریت دانش عبارتند از:

۱- تأکید بر روی مفاهیم: سیستم مدیریت دانش باید مفاهیمی را تعریف کند که برای توصیف و تحلیل سازمان مورد نیاز است. مفاهیمی از قبیل: استراتژی سازمان، واحد سازمانی، فرایند کسب و کار و ... باید توجه داشت که مفاهیم سازمانی جدای از یکدیگر قابل تعریف نیستند. بر خلاف سیستم‌های اطلاعاتی سنتی، سیستم‌های مدیریت دانش باید اجازه دهند سؤالاتی درباره مفاهیم سازمانی پرسیده شود. سؤالاتی مانند: فرایند کاری چیست؟ مفاهیمی که فرایندهای کاری جدید را تعریف می‌کنند، کدامند؟ مفاهیم سازمانی مربوط به استراتژی رهبری هزینه، کدامند؟

۲- استفاده مجدد از دانش موجود: اگرچه اصطلاح واحدی برای توصیف دانش سازمانی وجود ندارد، اما تعدادی مفاهیم دقیق و مستند در این رابطه وجود دارند. یک سیستم مدیریت دانش باید یک مجموعه کامل از دانش موجود را ایجاد کند. این کار دلایل گوناگونی دارد از جمله: استفاده مجدد از دانش نه تنها به لحاظ اقتصادی کار مفیدی است بلکه این کار می‌تواند به بهبود کیفیت محتوای سیستم مدیریت دانش نیز کمک کند و علاوه بر این، انجام چنین کاری، باعث بهبود ارتباط بین افراد می‌شود.

۳- مدیریت دانایی امری پایان ناپذیر: ممکن است مدیران دانش مدار احساس کنند که اگر آنها تنها می‌توانستند دانش موجود در سازمان خود را تحت نظارت درآورند، کار خود را با اثربخشی انجام می‌دهند. فناوری جدید، رویکردهای مدیریتی نو و اهمیت مشتری همیشه باید در مدیریت دانش مدنظر قرار گیرند. شرکتها، راهبردها، ساختارهای سازمانی و کالا و خدمات خود را تغییر می‌دهند و به تغییر مداوم این عوامل براساس نیازهای محیطی تأکید دارند. مدیران جدید، نیازمند دانش جدید هستند (سیف و کرمی، ۱۳۸۹: ۸۴).

۴- حمایت از دیدگاههای مختلف: یک سیستم مدیریت دانش باید به منظور حمایت از استفاده‌کنندگان مختلف دانش و به دلیل وجود کارهای گوناگون در سازمان، دیدگاههای مختلفی را ارائه دهد که در مورد دانش از طریق سیستم مدیریت دانش ذخیره می‌شود.

۵- یکپارچه‌سازی دانش با اطلاعات: در سیستم‌های مدیریت دانش تأکید به روی دانش است نه اطلاعات. اما نه به این مفهوم که باید نسبت به اطلاعات کاملاً بی‌توجه بود. این موضوع به دو دلیل صورت می‌گیرد: اول اینکه، تمایز قایل شدن بین دانش و اطلاعات، که آن نیز به قضاوت ذهنی ما بستگی دارد و دوم اینکه؛ دانش ارزش اطلاعات را بالا می‌برد و در مقابل اطلاعات باعث افزایش ارزش دانش می‌شود.

۶- حمایت از آگاهی افراد نسبت به دانش سازمانی: به منظور افزایش یادگیری سازمانی، سیستم مدیریت دانش باید به انتشار دانش بینجامد برای این منظور سیستم باید امکاناتی را فراهم کند که افراد به راحتی به اطلاعات و دانش دستیابی پیدا کنند و نیز به راحتی بتوانند آن را در اختیار افراد دیگر قرار دهند (سیف و کرمی، ۱۳۸۹: ۸۳).

۲-۳-۲: منابع مدیریت دانش

بحث در مورد جوامع دانش محور اعتبار خاصی برای آنها فراهم می‌آورد، که در آن بر اهمیت قوانین جدید جهانی شدن مدرن در اقتصاد دانش‌مدار تأکید بسیار می‌شود. هر یک از این منابع، نیروی حرکتی لازم برای به حرکت در آوردن یکدیگر ایجاد می‌کنند و به طور غیر مستقیم یکدیگر را مورد حمایت قرار می‌دهند. این چهار منبع عبارتند از: فرایند اطلاعات سازمانی، هوش تجاری، شناخت (درک) سازمانی و توسعه سازمانی.

اولین منبع دانش یعنی فرایند اطلاعاتی سازمان از فناوری رایانه آغاز می‌شود و به کاربرد آن در سازمان می‌پردازد، دومین منبع مدیریت دانش، هوش تجاری، نیز به خدمات اطلاعاتی و چگونگی کاربرد آن در سازمان می‌پردازد و سومین منبع تأکید بروی تحقیق و نوآوری، یادگیری و فهم سازمانی و فرایندهای مربوط به آن دارد و چهارمین منبع به استراتژی‌های تجاری و مدیریت منابع انسانی توجه دارد.

۲-۴: ارتباط میان سرمایه فکری و مدیریت دانش

ارتباط مابین سرمایه فکری و مدیریت دانش اهمیت حیاتی برای سازمان دارد این دو به واسطه همپوشانی‌های مهمی که در میان‌شان است یکدیگر را تکمیل می‌کنند این همپوشانی تا حد زیادی بستگی به طرح‌ها و اولویتهای سازمان دارد مدیریت دانش نقش مهمی در فرآیند توسعه و بهره‌وری از سرمایه فکری بر عهده دارد و بر روی تسهیل و مدیریت فعالیتهای دانش‌گرا تمرکز میکند تا یک محیط دوستانه دانشی برای رشد سرمایه فکری خلق کند و افزایش سرمایه فکری از طریق مرتبط کردن آن با مدیریت دانش زمانی میسر است که فرآیندهای دانشی موجود به صورتی سیستماتیک و هدفمند مدیریت شوند به منظور داشتن رویکرد سیستماتیک به مدیریت دانش بایستی آن را فراتر از مرزهای سنتی موجود در دامنه مدیریتی دیده و انواع فاکتورهای راکه در شناسایی سرمایه فکری و اجزای آن و فعالیتهای مرتبط با اجرای مدیریت دانش موثر هستند را به حساب آوریم که نیازمن بوجود آوردن انسجام در میان تکنولوژیها و افراد و سیستم‌ها با تمرکز ویژه بر روی افراد است و این رویکرد مستلزم مدیریت و اندازه‌گیری است و همراستا کردن سرمایه فکری و مدیریت دانش از طریق نوآوری و کشف ایده‌های مهم به صورت مستمر محصولات و خدمات بذتر را ایجاد میکنند و باعث ارتباط مستمر و پایدار با مشتریان و سرمایه مشتری میشود و لذا در فرهنگ تسهم دانش موثر را از هرجایی کسب میکنند. مدیریت دانش با تبدیل سرمایه‌های انسانی به دارایی‌های فکری سازمان یافته برای سازمان ایجاد ارزش می‌کند. (اخوان، ۱۳۸۹: ۱۵۳)

۲-۵: مدیریت دانش ابزاری برای تبدیل سرمایه فکری به مزیت رقابتی

مدیریت دانش میتواند به عنوان بخشی از فرایند مدیریت که بر تحلیل نظام مند و برنامه‌ریزی و انباشت و خلق و توسعه و ذخیره‌سازی و کاربرد دانش سازمان تمرکز دارد و تلاش می‌کنند که سرمایه انسانی را به سرمایه ساختاری به منظور ایجاد مزیت رقابتی تبدیل کنند و مدیریت دانش یک فعالیت بین‌وظیفه‌ای که جزئی شایستگی مدیریت استراتژیک ارشد یک سازمان است باید باشد. هدف اساسی مدیریت دانش تبدیل سرمایه انسانی سازمان به سرمایه ساختاری است به منظور تحقق این هدف اساسی مدیریت دانش بایستی بصورت زیر باشد:

۱- سطح استراتژیک در این سطح مدیریت دانش بایستی یک ذهنیت دانش‌گرا را در سازمان مستقر کنند و مطمئن باشد که یک سازمان قادر است برای کسب و کار خود بر حسب دانش موجود و دانش مورد نیاز برای فرایند کسب و کار آینده تحلیل و برنامه‌ریزی کنند و یک محیط کسب و کار مناسب را که به خلق فرایندهای کارآیی ایجاد دانش جدید در شرکت کمک مینماید را فراهم آورد.

- سطح تاکتیکی مدیریت دانش بایستی دانش موجود بطور مناسب را شناسایی کنند و دانش جدید را برای استفاده از آینده در حافظه سازمان حفظ کنند و سیستم‌های جدیدی که تخصیص کارا و موثر دانش را موجب میشوند در درون سازمان ایجاد کنند. (فطرس، بیگی، ۲۰۰۹: ۱۸۳)

۳: پیشینه پژوهش

در این قسمت، به طور مختصر به مطالعات انجام شده در داخل و خارج کشور پرداخته می‌شود.

جدول ۲-۲- مطالعات انجام شده در داخل کشور

ردیف	محقق و همکاران	سال تحقیق	موضوع تحقیق	نتیجه تحقیق
۱	رضایی و همکاران	۱۳۹۲	بررسی نقش سرمایه فکری و مدیریت دانش در بهبود کیفیت ارا خدمات	نتایج پژوهش آنان نشان داد که بین مدیریت دانش، سرمایه فکری و ابعاد آن با مقدار کیفیت ارائه خدمات از دیدگاه مشتریان رابطه مستقیم معناداری وجود دارد.
۲	سلاجقه و همکاران	۱۳۹۲	تحلیل توانمندسازی روانشناختی کارکنان و رابطه آن با مدیریت دانش	نتایج حاصل از آزمون رگرسیون چندگانه، حاکی از آن است که به غیر از احساس مؤثر بودن، احساس خودمختاری بیشترین تأثیر و احساس معنی دار بودن شغل کمترین تأثیر را بر مدیریت دانش دارند.
۳	رفعتی شالدهی و همکاران	۱۳۹۲	بررسی الگوی مدیریت دانش در یک مرکز تحقیقاتی نظام	تحلیل داده ها (پاسخهای سوالات پرسشنامه ها) نشانگر این مطلب است که امتیاز مرکز در مورد مدیریت دانش برابر است 2/۷۷، یعنی وضعیت کلی مرکز به لحاظ دانش محور بودن و بهره گیری از سرمایه های دانشی کمتر از حد متوسط (بین متوسط و ضعیف) می باشد
۴	محسنی فرد و همکاران	۱۳۹۲	بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با سرمایه فکری و مدیریت دانش (مطالعه موردی: دانشگاه آراه اسلامی واحد ارسنجان)	نتایج حاصل از این پژوهش بیانگر این است که به گو کلی بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن با سرمایه فکری و مدیریت دانش رابطه مثبت معناداری وجود دارد
۵	قنبری و اسکندری	۱۳۹۱	بررسی رابطه بین رهبری دانش با مدیریت سرمایه فکری	ضریب همبستگی پیرسون نشان داد، بین رهبری دانش با مدیریت سرمایه فکری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه بیانگر آن است که از بین مؤلفه های رهبری دانش، مؤلفه حمایت از فرایند یادگیری فردی و گروهی بیشترین تأثیر را در پیش بینی مدیریت سرمایه فکری دارد.
۶	خسروی تکابتیبه و همکاران	۱۳۹۱	ارتباط بین مولفه های مدیریت دانش با سرمایه فکری در کارکنان مطالعه موردی: دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات تهران	نتایج بدست آمده نشان داده است که بین مولفه های مدیریت دانش و سرمایه فکری رابطه مثبت معنی داری وجود دارد.
۷	یوسفی	۱۳۹۰	بررسی میزان تأثیر مدیریت دانش نوآوری (در میان مدیران و کارکنان شرکتهای فناور مستقر در پارک علم	نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون نشان میدهد که ضریب همبستگی بین مدیریت دانش به عنوان متغیر مستقل و نوآوری بنیادین به عنوان

متغیر وابسته برابر 82 می باشد که نشان دهنده همبستگی مستقیم بین دو متغیر و وجود رابطه معنادار بین متغیرها است.	و فناوری دانشگاه ارومیه)			
نتایج تحقیق نشان می دهد که میان سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش در دبیرستان های دخترانه شهر تبریز رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد. همچنین نتایج تحقیق نشان داد که بین سرمایه اجتماعی و مولفه های پنجگانه مدیریت دانش از قبیل ثبت دانش، انتقال دانش، خلق دانش و کاربرد دانش، رابطه معنی دار و مستقیم وجود دارد.	بررسی رابطه اجتماعی و مدیریت دانش در دبیرستان های دخترانه شهر تبریز	۱۳۹۰	گل محمدنژاد	۸
نتایج این پژوهش نشان می دهد که؛ بین سرمایه های فکری دانشگاه، مدیریت دانش و کارآفرینی فردی رابطه مستقیمی وجود دارد	بررسی روابط ساختاری میان سرمایه های فکری، مدیریت دانش و کارآفرینی	۱۳۹۰	دهقانی	۹

جدول ۲-۳- مطالعات انجام شده در خارج از کشور

ردیف	محقق و همکاران	سال تحقیق	موضوع تحقیق	نتیجه تحقیق
۱	روتمن	۲۰۰۸	میزان سرمایه اجتماعی در شرکتها و نقش و رابطه آن را با انتقال دانش	نتایج پژوهش وی نشان داد سرمایه اجتماعی از طریق ایجاد شبکه‌ها، گسترش اعتماد و روابط بین افراد تأثیر زیادی بر انتقال دانش دارد و گسترش سرمایه اجتماعی موجب تسهیل فرایند انتقال دانش در شرکتها می‌شود.
۲	یو و همکاران	۲۰۰۸	ارتقای نوآوری از طریق تجمیع سرمایه فکری	شرکت هایی که دارای سطوح بالاتر سرمایه اجتماعی و گرایش کارآفرینی هستند، تمایل به تقویت اثرات سرمایه فکری بر نوآوری دارند
۳	تان و همکاران	۲۰۰۷	بررسی رابطه بین سرمایه فکری و بازده مالی با استفاده از داده های مربوط به ۱۵۰ شرکت در بازه زمانی ۲۰۰۰ الی ۲۰۰۲	نتایج پژوهش آنان حاکی از آن است که بین سرمایه فکری و عملکرد فعلی و آتی شرکت رابطه مثبت معناداری وجود دارد. همچنین، نتایج پژوهش تان و همکاران نشان می دهد که بین نرخ رشد سرمایه فکری و عملکرد آتی شرکت ها رابطه مثبت معناداری وجود دارد.
4	مانو و والکر	2006	رابطه بین ابعاد سرمایه اجتماعی و انتقال دانش و نقش سرمایه اجتماعی بر انتقال دانش	نتایج پژوهش آنها نشان داد، سرمایه اجتماعی به واسطه ایجاد شبکه‌ها و گسترش روابط و اعتماد بین اعضای سازمان، تأثیر معناداری بر انتقال دانش دارد.
5	هایتون	2005	تاثیر سرمایه فکری بر کارآفرینی سازمانی در کسب و کارهای	نتیجه گرفت که سرمایه فکری یک منبع بالقوهای برای مزیت رقابتی سازمان می باشد که نهایتاً باعث

				رشد و توسعه سازمان میگردد. او با استفاده از نظریه منبع محور بیان کرد که ابعاد سرمایه فکری به وسیله کاهش مخاطره و نرخ بازگشت در نوآوری، تسهیل کننده ی کارآفرینی هستند.
6	اگبو	2004	بررسی رابطه مدیریت دانش و سرمایه فکری	به این نتیجه رسید که مدیریت دانش و سرمایه فکری در سازمان ها از عوامل کلیدی موفقیت نوآوری ها هستند و مدیریت موثر دارایی های دانشی شامل یک رویکرد کلی گرا است
7	ریاحی بلکویی	۲۰۰۳	بررسی تاثیر سرمایه فکری بر عملکرد شرکت های چندملیتی با استفاده از داده های مربوط به ۸۱ شرکت در طی سال های ۱۹۹۲ تا ۱۹۹۶	نتایج پژوهش وی حاکی از آن است که بین عملکرد شرکت های چندملیتی و سرمایه فکری شرکت رابطه معناداری وجود دارد.

۴: روش تحقیق

این پژوهش در دسته پژوهش های پیمایشی قرار دارد و با عنایت به طبقه بندی ها و معیارهای متفاوت موجود از روش های پژوهش می توان تحقیق حاضر از این زاویه اینگونه معرفی کرد:

به لحاظ زمان (مطالعات مقطعی/طولی) از نظر ژرفایی (مطالعات پهنانگر/ژرفانگر)، از نظر وسعت ساختار (مطالعات کلان/میانه/خرد) به لحاظ معیار هدف (مطالعات اکتشافی/توصیفی/تبیینی) و از نظر کاربرد (بنیادی/توسعه ای/کاربردی) است. (ساروخانی، ۱۳۸۷: ۶۳)

با استناد به معیارهای فوق این پژوهش یک مطالعه مقطعی است، بررسی رابطه بین مدیریت سرمایه فکری با مدیریت دانش در امور مالیاتی خراسان شمالی در سال ۹۳ می باشد، همچنین مطالعه ای پهنانگر است چون با مطالعه نمونه ای معرف، یافته های بدست آمده را با سطح اطمینان قابل قبول به جامعه آماری تعمیم می دهد. مطالعه حاضر در سطح خرد انجام می گیرد چرا که واحد تحلیل آن سازمان است. علاوه بر آن چون هدف پژوهش کسب اطلاعات منظم درباره موضوعی است که هنوز مطالعات مکفی درباره آن صورت نگرفته است و از طرف دیگر قصد دارد سرمایه فکری را بر مدیریت دانش در بین کارکنان امور مالیاتی خراسان شمالی بررسی کند و به جهت توصیف جامع تر و ارائه اطلاعات دقیق تر به همبستگی این متغیر پردازد، از اینرو یک مطالعه اکتشافی توصیفی، و در نهایت به لحاظ اینکه هدف از انجام تحقیق به کار بستن و عملی کردن نتیجه تحقیق، از نظر کاربرد پژوهش نیز از دسته تحقیقات کاربردی محسوب می شود.

روش تحقیق مورد استفاده در این پژوهش توصیفی و از نوع پیمایشی و همبستگی است که محقق در آن در پی شناسایی رابطه بین ابعاد سرمایه فکری و تاثیر آن بر مدیریت دانش در اداره امور مالیاتی در استان خراسان شمالی است. تحقیق توصیفی شامل مجموعه روش هایی است که هدف آنها توصیف کردن شرایط یا یاری دادن به فرایند تصمیم گیری باشد. (سرمد و همکاران، ۱۳۸۵: ۸۱). همچنین چون در این تحقیق رابطه بین دو متغیر در یک گروه واحد مورد بررسی قرار می گیرد، و همچنین مقایسه ای بین سرمایه فکری و مدیریت دانش صورت گرفته، بنابراین تحقیق از نوع همبستگی می باشد.

۵: تجزیه و تحلیل

جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات، در این پژوهش هم از روشهای آمار توصیفی و هم آمار استنباطی استفاده شده است. استفاده از آمار توصیفی با هدف تلخیص اطلاعات جمع آوری شده و شناخت بیشتر نمونه مورد بررسی صورت پذیرفته است. هدف آمار توصیفی، توجیه نیست. بلکه توصیف و استخراج نکات اساسی و تحقق بخشیدن به ترکیب اطلاعات به کمک زبان اعداد است،

هدف آمار استنباطی بطور کلی انجام استنباط آماری از طریق تجزیه و تحلیل اطلاعات موجود در داده‌های نمونه و تعمیم آن به جامعه آماری می‌باشد. ابتدا در این قسمت ویژگیهای پاسخگویان را مورد بررسی قرار می‌دهیم که این بررسی تنها در حد گزارش‌دهی می‌باشد در این تحقیق ۱۶۵ پرسشنامه توسط آزمودنیها تکمیل گردید و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

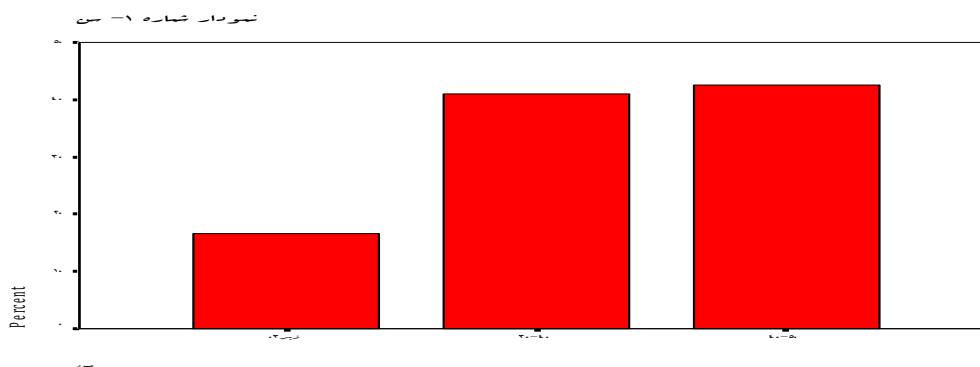
۱-۵: آمار توصیفی

۱-۱-۵: توزیع فراوانی بر حسب سن

جدول شماره ۴-۱- توزیع فراوانی افراد مطالعه بر حسب سن آنان

	فراوانی	درصد	درصد اعتبار	درصد تجمعی
زیر 30	۲۹	16.5	16.5	16.5
30-40	۶۲	40.9	40.9	57.5
40-50	۷۴	42.5	42.5	100.0
کل	۱۶۵	100.0	100.0	

با توجه به جدول فراوانی سن افراد می‌بینیم که بیشترین فراوانی مربوط به افراد بالای چهل سال می‌باشد.



نمودار شماره ۴-۱- توزیع فراوانی افراد مطالعه بر حسب سن آنان

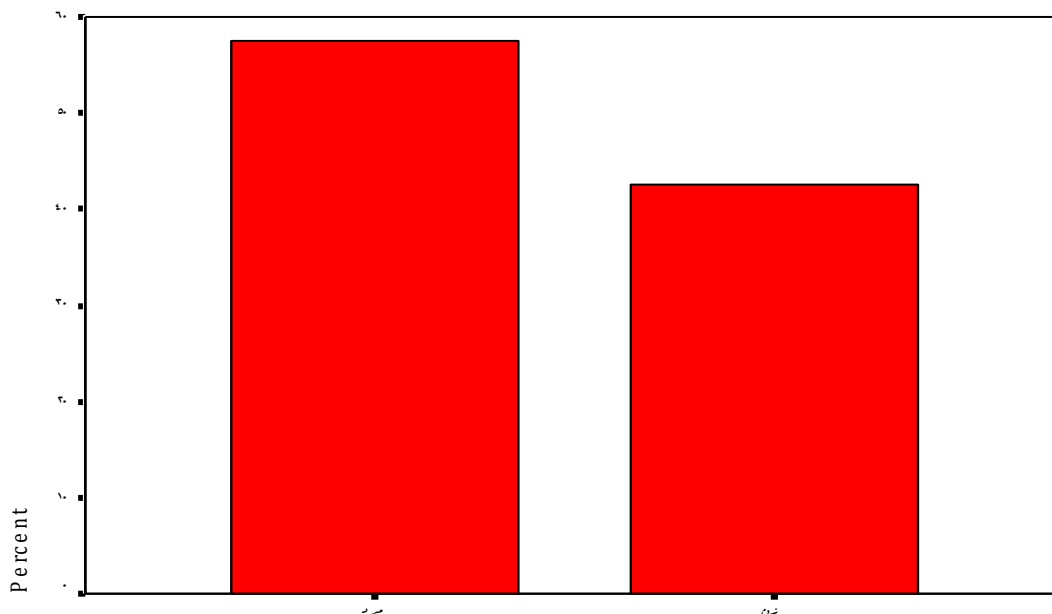
۱-۲-۵: توزیع فراوانی بر حسب جنسیت

جدول شماره ۴-۲- توزیع فراوانی افراد مطالعه بر حسب جنسیت

	فراوانی	درصد	درصد اعتبار	درصد تجمعی
مرد	۹۳	57.5	57.5	57.5
زن	۷۲	42.5	42.5	100.0
کل	۱۶۵	100.0	100.0	

در جدول مربوط به جنسیت مشاهده می‌شود که ۵۷ درصد پاسخ دهندگان مرد و ۴۲ درصد آنها زن بوده‌اند.

نمودار شماره ۲- جنسیت



جنسیت

نمودار شماره ۲-۴- توزیع فراوانی افراد مطالعه بر حسب جنسیت

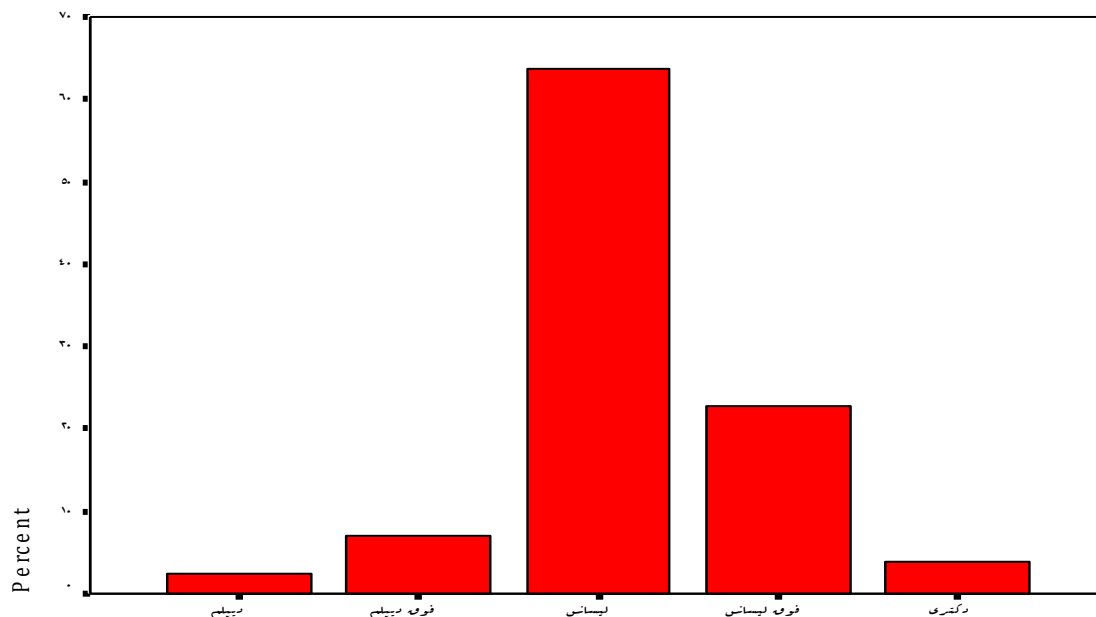
۳-۱-۵: توزیع فراوانی بر حسب تحصیلات

جدول شماره ۳-۴- توزیع فراوانی افراد مطالعه بر حسب تحصیلات

	فراوانی	درصد	درصد اعتبار	درصد تجمعی
دیپلم	۱۰	2.4	2.4	2.4
فوق دیپلم	۱۷	7.1	7.1	9.4
لیسانس	۸۸	63.8	63.8	73.2
فوق لیسانس	۳۶	22.8	22.8	96.1
دکتر	۱۴	3.9	3.9	100.0
کل	۱۶۵	100.0	100.0	

جدول شماره ۳ بیانگر این مطلب است که بیشتر پاسخ دهندگان دارای مدرک لیسانس می باشند و کمترین فراوانی هم مربوط به مدرک دیپلم است.

نمودار شماره ۳- تحصیلات



تحصیلات

نمودار شماره ۴-۳- توزیع فراوانی افراد مطالعه بر حسب تحصیلات

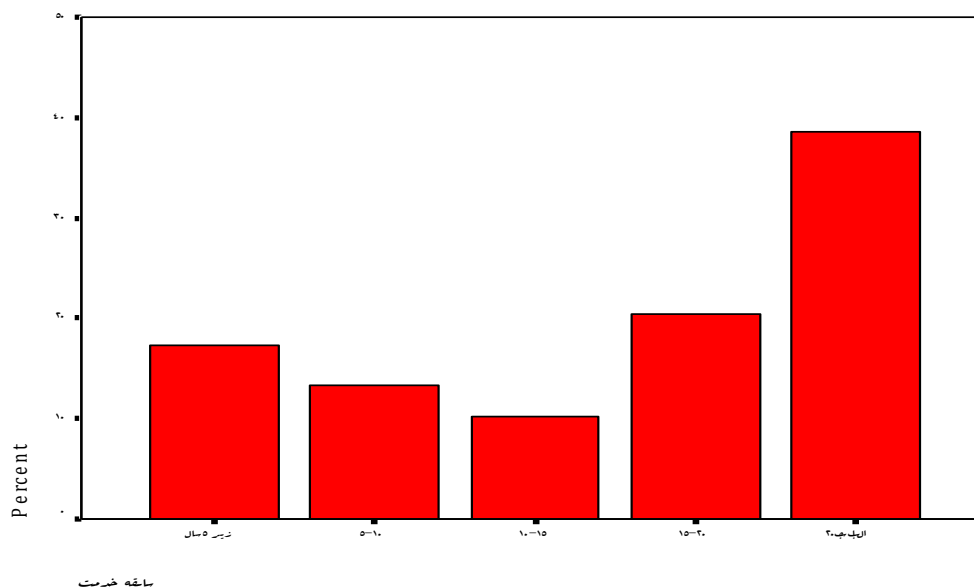
۴-۱-۵: توزیع فراوانی بر حسب سابقه خدمت

جدول شماره ۴-۴- توزیع فراوانی افراد مطالعه بر حسب سابقه خدمت

	فراوانی	درصد	درصد اعتبار	درصد تجمعی
زیر ۵ سال	۳۰	17.3	17.3	17.3
۵-۱۰	۲۵	13.4	13.4	30.7
۱۰-۱۵	۲۰	10.2	10.2	40.9
۱۵-۲۰	۳۴	20.5	20.5	61.4
۲۰ به بالا	۵۶	38.6	38.6	100.0
کل	۱۶۵	100.0	100.0	

جدول شماره چهار که مربوط به سابقه خدمت افراد می باشد نشان می دهد که بیشترین فراوانی مربوط به افراد بالای بیست سال سابقه خدمت است و کمترین آن هم مربوط به افراد ۱۰-۱۵ سال خدمت می باشد.

نمودار شماره ۴- سابقه خدمت



نمودار شماره ۴-۴- توزیع فراوانی افراد مطالعه بر حسب سابقه خدمت

جدول شماره ۴-۵- مقایسه نمرات مربوط به متغیرهای مورد مطالعه

	تعداد	مینیمم	ماکزیمم	میانگین	انحراف معیار
مدیریت سرمایه انسانی	۱۶۵	14.00	66.00	37.0079	10.97363
مدیریت سرمایه مشتری	۱۶۵	14.00	66.00	36.7717	11.82289
مدیریت سرمایه مشتری	۱۶۵	13.00	64.00	34.5118	10.76433
مدیریت دانش	۱۶۵	26.00	127.00	69.7953	21.83900

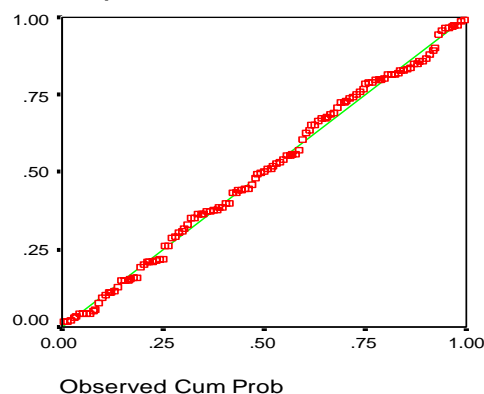
۲-۵: آمار استنباطی

جهت بررسی میزان رابطه ی بین متغیر های مستقل و متغیر وابسته از آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون تک متغیره و چند متغیره استفاده می کنیم البته قبل از استفاده از این آزمون باید از نرمال بودن توزیع داده ها مطمئن باشیم لذا با توجه با آزمون نرمال که نمودار آن در زیر آمده است می توان گفت که داده ها از توزیع نرمالی برخوردارند.

نمودار شماره ۴-۵- توزیع نرمال بودن داده ها

Normal P-P Plot of Regression Stand

Dependent Variable: DANEESH



۵-۲-۱: فرضیه فرعی اول

بین مدیریت سرمایه انسانی با مدیریت دانش در سازمان امور مالیاتی خراسان شمالی رابطه وجود دارد.

جدول شماره ۴-۶- همبستگی پیرسون فرضیه فرعی اول

		مدیریت دانش	مدیریت سرمایه انسانی
مدیریت دانش	ضریب همبستگی پیرسون	1	.231(**)
	سطح معنی دار	.	.009
	تعداد	۱۶۵	۱۶۵
مدیریت سرمایه انسانی	ضریب همبستگی پیرسون	.231(**)	1
	سطح معنی دار	.009	.
	تعداد	۱۶۵	۱۶۵

به منظور آزمون این فرضیه از آزمون همبستگی پیرسون استفاده می کنیم با توجه به جدول ضریب همبستگی (شماره ۶) که مقدار سطح معنی دار آن برابر با ۰/۰۰۹ می باشد و چون این مقدار کوچکتر از ۰/۰۵ است لذا می توان گفت که بین مدیریت سرمایه انسانی و مدیریت دانش در سازمان امور مالیاتی خراسان شمالی رابطه وجود دارد. مقدار ضریب همبستگی که برابر ۰/۲۳۱ می باشد بیانگر این است که بین دو متغیر همبستگی مستقیم ضعیفی وجود دارد.

۵-۲-۲: فرضیه فرعی دوم

بین مدیریت سرمایه مشتری با مدیریت دانش در سازمان امور مالیاتی خراسان شمالی رابطه وجود دارد.

جدول شماره ۴-۷- همبستگی پیرسون فرضیه فرعی دوم

		مدیریت دانش	مدیریت سرمایه مشتری
مدیریت دانش	ضریب همبستگی پیرسون	1	.242(**)
	سطح معنی دار	.	.006
	تعداد	۱۶۵	۱۶۵
مدیریت سرمایه مشتری	ضریب همبستگی پیرسون	.242(**)	1
	سطح معنی دار	.006	.
	تعداد	۱۶۵	۱۶۵

به منظور آزمون این فرضیه از آزمون همبستگی پیرسون استفاده می کنیم با توجه به جدول ضریب همبستگی (شماره ۷) که مقدار سطح معنی دار آن برابر با ۰/۰۰۶ می باشد و چون این مقدار کوچکتر از ۰/۰۵ است لذا می توان گفت که بین مدیریت سرمایه مشتری و مدیریت دانش در سازمان امور مالیاتی خراسان شمالی رابطه وجود دارد. مقدار ضریب همبستگی که برابر ۰/۲۴۱ می باشد بیانگر این است که بین دو متغیر همبستگی مستقیم ضعیفی وجود دارد.

۳-۲-۵: فرضیه فرعی سوم

بین مدیریت سرمایه ساختاری با مدیریت دانش در سازمان امور مالیاتی خراسان شمالی رابطه وجود دارد.

جدول شماره ۴-۸- همبستگی پیرسون فرضیه فرعی سوم

		مدیریت دانش	سرمایه ساختاری
مدیریت دانش	ضریب همبستگی پیرسون	1	.349(**)
	سطح معنی دار	.	.000
	تعداد	۱۶۵	۱۶۵
سرمایه ساختاری	ضریب همبستگی پیرسون	.349(**)	1
	سطح معنی دار	.000	.
	تعداد	۱۶۵	۱۶۵

به منظور آزمون این فرضیه از آزمون همبستگی پیرسون استفاده می کنیم با توجه به جدول ضریب همبستگی (شماره ۸) که مقدار سطح معنی دار آن برابر با ۰/۰۰۰ می باشد و چون این مقدار کوچکتر از ۰/۰۵ است لذا می توان گفت که بین مدیریت سرمایه انسانی و مدیریت دانش در سازمان امور مالیاتی خراسان شمالی رابطه وجود دارد. مقدار ضریب همبستگی که برابر ۰/۳۴۹ می باشد بیانگر این است که بین دو متغیر همبستگی مستقیم نسبتاً ضعیفی وجود دارد.

۵-۳: فرضیه اصلی

بین مدیریت سرمایه فکری با مدیریت دانش در سازمان امور مالیاتی خراسان شمالی رابطه وجود دارد.

جدول شماره ۴-۹- ضریب تعیین

خلاصه جدول ضریب تعیین	ضریب همبستگی	ضریب تعیین
	.423	.179

با توجه به جدول ضریب تعیین فوق که مقدار همبستگی برابر با ۰/۴۲ می باشد می توان گفت که بین دو متغیر همبستگی قوی وجود ندارد و مقدار ضریب تعیین نیز که برابر با ۰/۱۷ می باشد نشان می دهد که متغیرهای مستقل فقط می توانند ۱۷ درصد از متغیر وابسته را تبیین کنند.

جدول شماره ۴-۱۰- ضریب رگرسیون

جدول رگرسیون		مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مجزور	مقدار f	سطح معنی دار
رگرسیون		10755.161	3	3585.054	8.937	.000(a)
نتایج		49339.516	123	401.134		
کل		60094.677	126			

در جدول ضریب رگرسیون با توجه به مقدار sig که برابر با ۰/۰۰۰ و کوچکتر از ۰/۰۵ است معنادار بودن را نشان می دهد یعنی متغیر مستقل مدیریت سرمایه فکری می تواند متغیر وابسته ی مدیریت دانش را پیش بینی کند.

جدول شماره ۴-۱۱- ضریب بتا

جدول همبستگی	سطح معنی دار بتا			تضریب	سطح معنی دار بتا
	ضریب بتا	خطای انحراف معیار	ضریب بتای استاندارد شده		
متغیرها	51.088	6.334		8.066	.000
مدیریت سرمایه انسانی	-.824	.389	-.414	-2.117	.036
مدیریت سرمایه مشتری	-.555	.350	-.301	-1.587	.115
مدیریت سرمایه ساختاری	2.017	.480	.994	4.205	.000

با توجه به ضرایب بتا در جدول فوق و مقدار sig جدول در رابطه متغیرها می توان گفت که متغیر سرمایه مشتری با مدیریت دانش رابطه ای ندارد چرا که مقدار sig آن بزرگتر از ۰/۰۵ می باشد. اما در مورد دو متغیر سرمایه انسانی و سرمایه ساختاری با توجه به مقدار بتا که در متغیر سرمایه انسانی برابر با ۰/۴۱- می باشد می توان گفت که در معادله رگرسیونی به ازای هر واحد افزایش متغیر مستقل (مدیریت سرمایه انسانی) ۰/۴۱ واحد کاهش در متغیر وابسته (مدیریت دانش) وجود دارد. اما با توجه به مقدار بتا که در متغیر سرمایه ساختاری برابر با ۰/۹۹ می باشد می توان گفت که در معادله رگرسیونی به ازای هر واحد افزایش متغیر مستقل (مدیریت سرمایه ساختاری) ۰/۹۹ واحد افزایش در متغیر وابسته (مدیریت دانش) وجود دارد.

۶: نتیجه گیری

سرمایه فکری و دارایی های دانشی یکی از عوامل موفقیت سازمان ها در هزاره سوم است. بنابراین، این تحقیق شواهدی را در این خصوص فراهم می کند که آیا رابطه معناداری بین سرمایه فکری و مدیریت دانش در بین کارکنان امور مالیاتی خراسان شمالی وجود دارد؟

توجه به نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل آماری فرضیه اصلی پژوهش نشان دهنده آن است که بین ابعاد سرمایه فکری و مدیریت دانش در کارکنان امور مالیاتی خراسان شمالی رابطه مستقیم معناداری وجود دارد. این رابطه به این معنا است که با افزایش سرمایه فکری، مدیریت دانش کارکنان افزایش پیدا می کند. با توجه به این که چالش های فراروی سازمان ها در یک اقتصاد پویا، استفاده نکردن از دارایی های ناملموس و عدم بهره گیری از سرمایه های فکری است. (ناظم و مطالبی، ۲۰۱۱: ۴۴) و بر اساس نتایج این پژوهش، ضروری به نظر می رسد که به سرمایه فکری به عنوان یکی از عوامل تاثیرگذار بر مدیریت دانش توجه شود. مسولان امور مالیاتی خراسان شمالی می توانند با تلاش در جهت اعتمادسازی، برقراری عدالت، ایجاد تعهد سازمانی و طرح ریزی و برنامه ریزی داخلی در بین بخش های گوناگون سازمان، زمینه های تقویت و افزایش سرمایه فکری و دارایی های دانشی را ایجاد کنند. افزون بر این، اگر مدیران امور مالیاتی خراسان شمالی ترغیب کننده اعتماد، هنجارهای همکاری و هویت مشترک در سازمان باشند در واقع پایه ای قوی برای ایجاد سرمایه فکری و مدیریت دانش در سازمان خود به وجود آورده اند. در همین راستا، مسولان امور مالیاتی خراسان شمالی می توانند با ایجاد جوی مملو از ارزش گذاری و پاسخ به تنوع، روحیه انتقادی و تحمل شکست و بالا بردن انگیزه کارکنان برای تبادل و ترکیب دانش، گام های استواری جهت ایجاد و توسعه دارایی های دانشی (سرمایه فکری و مدیریت دانش) سازمان خود بردارند. همچنین، مسولان امور مالیاتی خراسان شمالی می توانند با ترغیب و تسهیل در شبکه روابط سازمان خود، دوستی ها و ارتباطات غیر رسمی کارکنان با یکدیگر را بهبود داده و از این راه موجبات رشد و توسعه دارایی های دانشی سازمان خود را فراهم کنند.

منابع

- آشنا مصطفی، یوسفی حمیدرضا، صادقی فرزانه (۱۳۸۸) سرمایه فکری، سرمایه ای ارزشمند و موثر در سازمان امور مالیاتی مجله تدبیر، ۱۸
- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۱) کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها، تهران: ناشر مولف.
- اخوان پیمان، اولیایی النوش (۱۳۸۹) توسعه فرایندهای چرخه مدیریت دانش مبتنی بر عوامل موثر بر موفقیت، نشریه مدیریت دانش، چاپ ۷۴
- اسحاقی، سید حسین (۱۳۸۷) نوآوری، بستر شکوفایی، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، قم، دفتر عقل.
- اللهیاری فرد، نجف؛ عباسی، رسول (۱۳۹۰) بررسی الگوی مناسب ساختار سازمانی شرکتهای دانش بنیان، فصلنامه تخصصی پارکها و مراکز رشد، سال هشتم، شماره ۲۱، صص: ۴۷
- الوانی، سید مهدی (۱۳۸۲) سازمان های یاددهنده نسل جدید سازمان های یادگیرنده "مدیریت و توسعه شماره ۱۸، صفحات ۸-۱۷.
- انصاری رنانی، قاسم، قاسمی نامقی، محمد (۱۳۸۸) ارزیابی اثر مدیریت دانش در خلق استراتژی رقابتی تمایز از مجرای زنجیره ارزش فعالیتهای سازمان، پژوهش نامه مدیریت تحول، سال اول، شماره ۲
- انواری رستمی، علی اصغر؛ رستمی، محمد رضا (۱۳۸۲) ارزیابی مدل ها و روش های سنجش و ارزشگذاری سرمایه های فکری شرکت ها، مجله بررسی های حسابداری و حسابرسی، شماره ۳۴، صص ۵۱-۷۵.
- انواری رستمی، علی اصغر؛ سراجی، حسن (۱۳۸۴) سنجش سرمایه فکری و بررسی رابطه میان سرمایه فکری و ارزش بازار سهام شرکت های بازار بورس اوراق بهادار تهران. مجله بررسی های حسابداری و حسابرسی، شماره ۳۹، صص ۴۹-۶۲.
- تامس. اچ. دانپورت و لارنس پروساک (۱۳۸۴) "مدیریت دانش"، دکتر حسین رحمان سرشت، انتشارات شرکت طراحی مهندسی قطعات ایران خودرو،
- حسنی احمد (۱۳۸۸) بررسی ارتباط بین سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش در شرکت پالایش و پخش فرآورده های نفتی ایران، دانشگاه تهران،
- دستگیر محسن، محمدی کامران (۱۳۸۸) سرمایه فکری: گنج تمام نشدنی سازمان، نشریه تدبیر، شماره ۲۱۴
- دهخدا، علی اکبر (۱۳۷۲) فرهنگ لغات. تهران: دانشگاه تهران.
- رضائیان علی، احمدوند علی محمد، تولایی روح الله (۱۳۸۸) بررسی الگوهای راهبرد مدیریت دانش در سازمان ها، دو ماهنامه توسعه انسانی پلیس، سال ششم، شماره ۲۷
- زاهدی، سید محمد و لطفی زاده فرشته (۱۳۸۶) ابعاد و مدل های اندازه گیری سرمایه فکری، مجموعه مدیریت، فصلنامه مدیریت، شماره ۵۵
- زعفریان رضا، اسماعیل زاده مونا، شاهی نسا (۱۳۸۷) ارائه الگوی پیاده سازی مدیریت دانش در کسب و کارهای کوچک و متوسط، نشریه توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره ۲
- شهانی بهنام، خائف الهی احمد (۱۳۸۹) بررسی تاثیر سرمایه فکری بر عملکرد شعب بانک سپه در تهران، نشریه مدیریت دولتی، شماره ۵، صص ۵۷
- صلواتی عادل، حق نظر فرشته (۱۳۸۸) بررسی تحلیلی عوامل زمینه ای موثر بر استقرار سیستم مدیریت دانش در واحدهای ستادی شرکت ملی نفت ایران، فراسوی مدیریت، سال ۳، شماره ۱۰
- سیف، محمد حسن؛ کرمی، مقداد (۱۳۸۲) مدیریت دانش رویکردی استراتژیک. تهران: مجله تدبیر، ش ۱۵۳، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی
- عالم تبریزی اکبر، حاجی بابایی علی، رجیبی فرد ایمان (۱۳۸۸) سرمایه فکری، تهران: مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران.
- فطرس محمد حسن، بیگی تورج (۲۰۰۹) مدیریت دانش، ماهنامه تدبیر، سال بیستم، شماره ۲۰۳

- قلیچ لی بهروز، مشبکی اصغر (۱۳۸۵) نقش سرمایه اجتماعی در ایجاد سرمایه فکری سازمان، فصلنامه دانش مدیریت، شماره ۷۵، ص ۱۴۷
- قلیچ لی بهروز، هجاری زیاءالدین، رحمان پور لقمان (۱۳۸۸) طراحی مدل اندازه گیری و گزارش دهی سرمایه فکری، نشریه چشم انداز مدیریت، شماره ۳۲، ص ۱۵۰-۱۳۱.
- مجتهدزاده، ویدا (۱۳۸۲) نقش حسابداری مدیریت در انعکاس سرمایه فکری، سال هفدهم، ش ۱۵۲
- موسی خانی محمد، اجلی مهدی، صفوی سیدرحیم (۱۳۸۹) ارائه مدلی برای سنجش میزان آمادگی سازمان ها در زمینه مدیریت دانش، فصلنامه مدرس علوم انسانی، دوره ۱۴، شماره ۲
- A. Angehn, T. Nebeth, L. Razmerita, C. Roda " K- InCA .۲۰۰۱. using Artificial Agents for Helping people to Learn New Behaviors". Proc. IEEE, International conference on Advanced Learning Technologies (ICALT 2001), IEEE Computer society, August, Madison USA. pp. 225- 226.
- Blom, J. 2002. A Theory of personalized Recommendations: proceedings: CHI 02 conference on Human Factors in computing Systems; 540- 541 Minneapolis, Minnesota, USA, Acm press New York, NY, USA.
- Davenport, T. H. 2002. some principles of knowledge Management, www. Bus.Utexas. Edu /kman/kmprin. Htm.
- Dore, L, 2001. winning Through knowledge: How to succeed in the knowledge Economy, Special Report by the Financial world. The chartered Institute of Bankers in Association with xerox.
- Dorine Andrew .۲۰۰۰. "Audience – Specific online Community Design" communication of the ACM, April.
- Dyer Jeff and Nobeoka kenturo.۲۰۰۰., "creating and Managing A High – performance knowledge – sharing Network: the Toyota case", strategic Management Journal 21: 345 – 67
- George por .۲۰۰۴. "knowledge Ecology and communities of practice. Emerging Twin Trends of creating True wealth. "knowledge Ecology Fair 96.
- Nardi, B., whittaker, S, Schwarz, H.۲۰۰۰. "It's Not what You know, It's not what You know: work in the Information Age, "First Monday, . http://www. first Monday. Org /issues/issue 5-5/nardi/
- Thibaut, J. W. & Kelley, H. H.1998. The Social Psychology of Groups. New York: Wley
- .Bajaria, H.J.۲۰۰۰. "Knowledge Creation and Management: Inseparable Twins", Total Quality Management, Vol. 11, Issue 4-6.
- Delic, Kemal A. Lahaix, Dominique, ۱۹۹۸ "Knowledge Harvesting, Articulation, and Delivery", Hewlett-Packard Journal, Vol. 49, Issue 2.
- Hatten, Kennet. Rosenthal, Stephen, ۲۰۰۰. "Creating Knowledge through Experiments", Knowledge Management Review, Vol 3, Issue 4.
- Kershberg, Lany.۲۰۰۱. "Knowledge Management in Heterogeneous Data Warehouse Environment."
- Loshin, Pete .۲۰۰۱, "Knowledge Management", Computer World, Vol 35, Issue
- Marwick, A.D.۲۰۰۱, "Knowledge Management Technology", IBM System Journal, Vol. 40, Issue 4.
- Morey, Daryl; Mayburg, Mark.۲۰۰۰. Thuraisingham, Bhavani, "Knowledge Management", Massachusetts Institute of Technology.
- Nonaka, I .۱۹۹۶, "How Organizations Learn", International Thomson Business Press, P.P.18_31.
- Adams, R., Bessant, J. and Phelps, R.2006. "Innovation management measurement: a review", vol. 8 No. 10, p. 21-47.

- Arenas, Terestia & Lavanderos, Leonardo.۲۰۰۸. Intellectual capital: object or process?. Journal of Intellectual Capital, No.۱. pp.۸۵-۷۷
- Bernnan.N.2002,"Intellectual capital annual reports:evidence from Ireland"
,Accounting,Auditing&Accountability Journal,Vol.14 No.4,pp.423-436
- Brooking, A. ۱۹۹۷. "Intellectual capital". International Thomson Business Press,London, Vol ۸, No ۱۲-۱۳, p.۷۶
- Bulgarella , Caterina C. 2005. " Employee satisfaction & Customer satisfaction , Guidstar research.
- Edvinsson, L. and M.Malone .1997. "Intellectual Capital",Harper Business, New York.
- Bontis, N.1999."Managing organizational Knowledge by diagnosing intellectual capital: framing and advancing the state of the field", International journal of technilgy management, Vol.18 No.5/6.
- Bontis, N.2001.."Managing organizational Knowledge by diagnosing intellectual capital: framing and advancing the state of the field ", Idea Group publishing ,.pp271-301.
- Chang.ST.2007. "valuing intellectual capital and firms performance: modifying value added intellectual coefficient (VAIC) in Taiwan IT industry " unpublished doctoral dissertation, gate university, August
- Chen,J.Zhu,Z.and Xie.Y,H.2004."Measuring intellectual capital:a new model and empirical study",Journal of Intellectual capital,Vol.5No.1,pp.85-100
- Cho, Po Young& et al.۲۰۰۶." Intellectual capital: An empirical study of ITRI" Technological Forecasting & social change, No.۷۳. pp.۹۰۲-۸۸۹.
- Huang,Ching Choo & Luther, Robert & Tayles, Michael.۲۰۰۷. An evidence-based taxonomy of intellectual capital. Journal of Intellectual Capital, No.۳. pp.۴۰۸-۳۸۶.
- Luthans, F.1995. "Organizational behavior", New york: McGraw Hill BookCompany
- Lin, Lunn L.K. & Dallimore, Peter.۲۰۰۴. Intellectual capital: management attitude in service industries. Journal of Intellectual Capital, No.۱. pp.۱۹۴-۱۸۱.
- Marr, Bernard & Glay, Diana & Neely, Andy.۲۰۰۲. Why do firm measure heir intellectual capital?. Journal of Intellectual Capital, No.۴. pp.۴۶۴-۴۴۱.
- Meer-Kooistra, Jetlje van dan & Zijlstra, Siebren.۲۰۰۱. Reporting on intellectual capital. Accounting, Auditing& Accountability Journal,No.۴. pp.۴۷۶-۴۵۶.
- Miles, R.E., Snow, C.C.۱۹۷۸. Organizational Strategy, Structure and Process, McGraw-Hill, New York
- Nazari, Jamal A. & Herremans, Irenem.۲۰۰۷.Extended VAIC model: measuring intellectual capital components. Journal of Intellectual Capital, No.۴. pp.۶۰۹-۵۹۵.
- Pew Tong, hong & Plowman, David & Hancock, Phil.۲۰۰۷. Intellectual capital and financial returns of companies. Journal of Intellectual Capital, No.۱. pp.۹۵-۷۶.
- Robinson, George & Kleiner, Brian H.۱۹۹۶. How to Measure an Organization' s Intellectual Capital. Managerial Auditing Journal. Pp.۳۹-۳۶.
- Roos,j; Roos,G.1997. "Dragonetti, N.C. and edvinson, L."Intellectual capital: Navigating in the new business landscape", machmilan, houndmills, basingtoke
- Sudarsanam, Sudi & Sorar, Ghulam & Marr, Bernard.۲۰۰۶. Real options and the impact of intellectual capital on corporate value. Journal of Intellectual Capital, No.۳. pp.۳۰۸-۲۹۱.
- Stewart, T. 1997. "Intellectual Capital: The New wealth of Organizations". Currency Doubleday, New York
- Sullivan J,P,H.and Sullivan S,P,H.2000,"Valuing intangible companies:an intrlectual capital approach",Journal of Intellectual capital,Vol.1 No.4,pp.325

- Vasile,Bogdan.2008. Factors of the Earning Function And Their Influence on the Intellectual capital of an organization, journal of applied quantitative methods, VOL3,No.4
- Talukdar, Abhijit (2008) What is Intellectual Capital? And why it should be measured?, available at WWW. AT TAINIX.COM
- Marr, B.(2008) Impacting Future Value: How to Manage your Intellectual Capital, Published by The Society of Management Accountants of Certified Public Accountants and The Chartered Institute of Management Accountants
- Rose and Barrons, (2005) The Effect of Disclosing Intellectual Capital (The Core Asset for the Third Millennium Economic entities) on the Internal and External Financial Statements, Users.
- Tang, J. (۲۰۱۰). How entrepreneurs discover opportunities in China: An institutional view. Asia Pacific Journal of Management, ۲۷(۳), ۴۶۹-۴۶۱
- Maraks,G,M.(۲۰۰۹),Decision,support Systems in the Twenty-First Century,PrenticeHall,Englewood Cliffs,NJ.
- Bhatt, G. (200۲). “Knowledge management in organizations: Examining the interactions between technologies, techniques, and people”. Journal of Knowledge Management, 5 (1): 68-75
- Lina G. & Asta S. (2012). Leadership role implementing knowledge transfer in creative organization: How does it work. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 41, 15-22.
- Mládková L. (2012). Leadership in management of knowledge workers. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 4, 243-250
- Al-Nsour M. Al-Weshah G. (2011). Learning organization and intellectual capital: An empirical study of Jordanian Banks. European Journal of Business and Management, 3(8), 1-12
- Birasnav M. Rangnekar S. Dalpati A. (2011). Transformational leadership and human capital benefits: Role of knowledge management, Emerald 32
- Dewi Fariha A. & Sofian S. (2012). the Relationship between intellectual capital and corporate performance. Procedia- Social and Behavioral Sciences, 40, 537-541
- Longo M. Mura M. (2011). The effect of intellectual capital on employees satisfaction and retention. Information & Management, 48, 278-287
- Mabey C. Kulich C. Lorenzi-Cioldi F. (2012). Knowledge leadership in global scientific research. The International Journal of Human Resource Management, 23(12), 2450-2467