

بررسی رابطه بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی (مطالعه موردی: معاونت اجتماعی و پیشگیری از وقوع جرم قوه قضائیه)

ابراهیم محمودزاده^۱؛ عباس علوی نژاد^۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۴/۲۸

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۲/۰۳

چکیده

در ساختار اقتصادی کشورهای پیشرفته، موازنه میان دانش و سایر منابع به نفع دانش تغییر یافته است؛ به گونه‌ای که نحوه بهره‌گیری از فن‌آوریهای نوین دانش‌مدار و چگونگی پیاده‌سازی فرایندهای آن، عاملی تعیین‌کننده در ارتقای انعطاف‌پذیری فرایندهای درون سازمانی محسوب می‌شود. این مهم به سازمان‌ها کمک کرده تا در بستر یادگیری سازمانی و استقرار نظام مدیریت دانش، با شناسایی فرصت‌های جدید، مزیت رقابتی پایدار ایجاد نموده و چالش‌های پیش روی خود را به خوبی اداره کنند. هدف مقاله حاضر بررسی رابطه بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارکنان دارای مدرک کارشناسی و بالاتر در معاونت اجتماعی و پیشگیری از وقوع جرم قوه قضائیه در تهران به تعداد ۴۸ نفر می‌باشد. روایی پرسشنامه توسط گروه تخصصی تعیین و پایایی آن با استفاده از آلفای کرباخ برابر ۰/۸۴ محاسبه شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار اس.پی.اس.انجام شد. نتایج پژوهش نشان داد که رابطه معنی‌داری بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی وجود دارد. همچنین شاخص‌های مدیریت دانش نیز که شامل خلق دانش، ذخیره‌سازی دانش، انتقال دانش و کاربرد دانش است نیز همگی ارتباط معنی‌داری با نوآوری سازمانی دارند.

واژگان کلیدی: نوآوری، نوآوری سازمانی، مدیریت دانش، قوه قضائیه.

^۱ دانشیار دانشگاه صنعتی مالک اشتر

^۲ دانشجوی دکتری رشته مدیریت راهبردی دانش دانشگاه و پژوهشگاه عالی دفاع ملی و تحقیقات راهبردی و نویسنده

مسئول (راپانامه: abbas.alavi@gmail.com)

مقدمه

با توجه به روندهای جهانی و تغییرات فزاینده محیطی، سازمان‌ها و دولت‌ها با دشواری‌های بسیاری در راه حفظ بقاء و رشد توسعه خود روبه‌رو هستند. امروزه شرایط و فضای رقابتی سازمان‌ها بیش‌ازپیش متغیر و گسترده شده است. این فضا به سرعت در حال تغییر است، به گونه‌ای که برای بیشتر سازمان‌ها این سرعت به مراتب بیشتر از سرعت پاسخگویی و توان تطبیق آن‌هاست، به عبارت دیگر به مجرد آن که تغییری در شرایط یاد شده به وجود آید و سازمان بخواهد به آن تغییر واکنش نشان دهد و خود را با آن هماهنگ و منطبق سازد، تغییر بعدی از راه می‌رسد (جان سن^۱ و همکاران، ۱۹۹۹).

سازمان‌ها با نوآوری بیشتر، در پاسخ به محیط‌های متغیر و ایجاد و توسعه قابلیت‌های جدیدی که به آن‌ها اجازه دهد به عملکرد بهتری برسند، موفق‌تر خواهند بود. ابتکارات و اقدامات نوآوری به‌طور فزاینده به دانش، تخصص و تعهد کارکنان به‌عنوان درون داده‌های فرآیند ایجاد ارزش وابسته است. دیدگاه مبتنی بر دانش، سازمان را به‌عنوان مخزن دانش و شایستگی‌ها تشریح می‌کند (برومند و رنجبری، ۱۳۸۸). همچنین اکثر صاحب‌نظران معتقدند در شرایط رقابتی کنونی، مدیریت دانش و نوآوری دو بازوی رقابتی قوی برای موفقیت سازمان‌ها محسوب می‌گردند. سیمون کزنتر، برنده جایزه نوبل، این مضمون را چنین بیان می‌دارد: «افزایش در میزان دانش سودمند و بسط گسترش کاربرد آن جزء ماهیت رشد اقتصادی نوین است» (شای^۲ و همکاران، ۲۰۰۱).

اگر چه موضوع فوق از حیث مفهومی ساده و بدیهی می‌نماید، اما در مقام عمل، ایجاد، حفظ، به‌کارگیری، گسترش و روزآمد ساختن پایگاه دانش سازمانی، به‌گونه‌ای که نقش حمایتی و پشتیبانی برای نوآوری سازمانی را به بهترین شکل ممکن ایفا کند، برای بسیاری از سازمان‌ها دشوار است (رود و هال^۳، ۱۹۹۸).

هنگامی که سازمان‌ها اقدام به تدوین و اجرای یک طرح نوآوری می‌کنند، اولین مسئله‌ای که معمولاً با آن روبه‌رو می‌شوند، فاصله زیاد بین دانش موجود و دانش موردنیاز می‌باشد که آن را شکاف دانش نام نهاده‌اند.

¹-Johann essen

²-Shyu

³- Rod & Hall

انتخاب شیوه حذف شکاف دانش، نه تنها بر نوآوری تأثیر مستقیم دارد بلکه نوعی ریسک و آسیب پذیری استراتژیک را برای سازمان به دنبال دارد (رود و هال، ۱۹۹۸).

مدیریت دانش به لحاظ نظری و ذهنی نوعی محاسبات و برنامه‌های رایانه‌ای همراه با تشریح مساعی سازمانی است (پولانی، ۱۹۶۹). اهمیت دانش تا حدی است که از آن به‌عنوان عامل تعیین‌کننده موفقیت در سطوح مختلف فردی، سازمانی، اجتماعی، ملی و بین‌المللی یاد می‌کنند. مدیریت دانش شیوه جدیدی برای تفکر در مورد سازمان و تسهیم منابع فکری و خلاقانه است. طبق تعاریف ارائه شده از طرف اندیشمندان مختلف، مدیریت دانش از ابعاد مختلف تشکیل می‌شود. طبق مدل نیومن دکنهراد^۱ مدیریت دانش از چهار بعد خلق دانش، حفظ و نگهداری دانش، تسهیم دانش و به‌کارگیری دانش تشکیل شده است. در یک نگاه کلی می‌توان گفت مدیریت دانش می‌تواند همان سازماندهی داشته‌ها باشد، یعنی تلاش برای به دست آوردن دانش ضروری، اشتراک اطلاعات در داخل یک سازمان و تأکید بر تقویت حافظه سازمانی به منظور بهبود روند تصمیم‌گیری، افزایش تولید و حمایت از نوآوری در سازمان است. در سال‌های اخیر منبع اصلی مزیت رقابتی از کارایی و کیفیت به نوآوری تغییر یافته است (استون، ۱۹۹۶).

نوآوری استفاده از دانش و تکنولوژی و اطلاعات بازار برای ارائه محصول یا خدمت جدید و یا تبدیل فکر و خلاقیت به محصول یا خدمت است. نوآوری فرآیندی است که در آن افکار ارزشمند به ارزش افزوده برای مشتریان و سهامداران تبدیل می‌گردد (هالوس، ۱۹۹۶).

پورتر^۲ نوآوری را روش‌های جدید انجام کارها به صورت بهره‌ورتر (اقتصادی و تجاری) می‌داند. نوآوری لازمه و پیش درآمد توسعه پیشرفت و تعالی یک سازمان و جامعه است و آگاهی از فنون و تکنیک‌های آن ضرورتی اجتناب‌ناپذیر برای مدیران می‌باشد. اگر نوآوری را یک رویکرد سازمانی در نظر بگیریم، این نوآوری را می‌تواند ابعاد فرهنگی، ساختاری و منابع انسانی را شامل شود. در این راستا متخصصان سازمان در تلاش‌اند تا از دانش برای عرضه تولیدات و یا خدمات جدیدی که مشتریان می‌خواهند، گام بردارند و زیرساختی ایجاد کنند که نوآوری همانند یادگیری فرآیندی مستمر شود زیرا راز تعالی سازمان‌های امروزی در نوآوری نهفته است. متخصصان مدیریت دانش براین عقیده هستند که مکانیزم‌های نوآوری و فرآیندهای مدیریت دانش قابل انطباق هستند (بیدختی و انوری، ۱۳۸۳).

مبانی نظری و پیشینه‌شناسی پژوهش

مدیریت دانش

اولین بار پیتر دراکر^۱ (۱۹۶۴) اصطلاح «کارکنان دانشی» را ابداع کرد. پیتر سنگه^۲ در سال ۱۹۹۰ اصطلاح «سازمان یادگیرنده» را مطرح کرد. مدیریت دانش با گزارش سالیانه ۱۹۹۴ شرکت سوئدی اسکاندیا که در کنار سرمایه مالی به سرمایه فکری هم توجه کرد، وارد عرصه مدیریت شد.

دالکر^۳ (۲۰۰۵) تاریخچه مدیریت دانش را این گونه بیان می‌کند: آغاز صنعتی شدن در ۱۸۰۰، فناوری‌های حمل‌ونقل در ۱۸۵۰، ارتباطات در ۱۹۰۰، رایانه‌ای شدن در ۱۹۵۰، دنیای مجازی شدن در اوایل دهه ۱۹۸۰ و تلاش‌های اخیر در فناوری‌های شخصی‌سازی در سال ۲۰۰۰. مطالعه نوناکا و تاکچی^۴ (۱۹۹۵) نشان داد که چگونه دانش در سازمان، خلق، استفاده و تسهیم می‌شود و چگونه چنین دانشی به توزیع نوآوری کمک می‌کند.

اسویبا^۵ (۱۹۹۶) کاپلان و نورتن^۶ (۱۹۹۶) هم دانش سازمانی را به‌عنوان سرمایه مطرح کردند. در سال‌های اخیر توجه به مدیریت دانش بیشتر شده است. شرکت‌هایی مثل بوئینگ، بریتیش پترولیوم، فورد، هوندا، آی بی ام، زیراکس و مشابه آن‌ها از منافع سرشار مدیریت دانش بهره‌مند می‌شوند. در جمهوری اسلامی ایران هم این موضوع در سند چشم‌انداز، سیاست‌های کلی نظام و برنامه پنج‌ساله توسعه مورد توجه قرار گرفته است.

در سال‌های اخیر مدیریت دانش به یک موضوع مهم و حیاتی مورد بحث در سازمان تبدیل شده است. منابع نقد و بررسی و چشم‌اندازهای رقابتی نشان‌دهنده تاثیرات این دیدگاه در عرصه‌های راهبردی سازمان‌های تجاری است و اگر سازمانی به راحتی نتواند شکل صحیح دانش را در جایگاه مناسب آن تشخیص دهد در عرصه‌های تجاری با مشکل مواجه خواهد شد (اسکیپرز، ۲۰۰۴).

مدیریت دانش توانایی یک سازمان در استفاده از سرمایه تجربی و دانش فردی افراد و دانش دسته‌جمعی به‌منظور دستیابی به اهداف از طریق فرایندهای تولید دانش، تسهیم دانش و استفاده

¹ Peter. Drucker

² Peter Senge

³ Dalkr

⁴ Nonaka and Takchy

⁵ Asvybay

⁶ Kaplan and Norton

از آن به کمک فناوری است. بر این اساس اصول مدیریت شامل توسعه، اجرا و نگهداری زیرساخت‌های فنی و سازمانی به‌عنوان بستر و الزام انتشار دانش و انتخاب فناوری‌های خاص می‌باشد. مدیریت دانش در دید فنی، مفهوم توسعه‌یافته سیستم‌های مدیریت اطلاعات است که بر مدیریت اطلاعات و دانش و ارتباطات داخلی بین اشیا اطلاعاتی تکیه می‌کند (ران، ۲۰۰۵). در تعریفی دیگر مدیریت دانش عبارت است از بکارگیری گزینشی دانش حاصل از تجربیات تصمیم‌گیری‌های گذشته برای تصمیم‌گیری‌های حال و آینده با هدف بهبود اثربخشی سازمان (جنکس، ۲۰۰۷).

مدیریت دانش عبارت است از فرایندی نظام‌مند از یافتن، انتخاب، سازماندهی، تفکیک و ارائه اطلاعات به‌نحوی که باعث افزایش درک و فهم کارکنان در حوزه‌های مورد علاقه آنان شود. فعالیت‌های مدیریت دانش به سازمان کمک می‌کند که دانش مورد نیاز سازمان را که باعث حل مسأله، یادگیری فعال، برنامه‌ریزی راهبردی و تصمیم‌گیری در سازمان می‌شود را از طریق کسب، ذخیره و استفاده دانش، فراهم کند (موسی‌خانی و همکاران، ۱۳۸۹).

مدیریت دانش مفهومی میان‌رشته‌ای است و تأکید آن بر دانش، آن را از سایر رویکردهای مدیریتی متمایز می‌کند؛ بدون این تأکید، مدیریت دانش صرفاً یک مفهوم بازیافته و تکراری می‌شود. در عین حال باید توجه داشت که بدون داشتن توضیحی روشن از دانش، بحث مدیریت دانش از هدف خود دور می‌افتد.

مدیریت دانش عبارت است از ترکیبی سیال از تجارب، ارزش‌ها، اطلاعات زمینه‌ای و دانش تخصصی که به‌صورت منسجم و یکپارچه چارچوبی را برای ارزیابی، کسب تجارب و اطلاعات جدید فراهم می‌آورد. این دانش از اذهان افراد سرچشمه می‌گیرد و توسط آنان به کار برده می‌شود (داونپورت و پروساک، ۱۹۹۸).

مدیریت دانش رویکردی ساخت‌یافته است که رویه‌هایی برای شناسایی، ارزیابی، سازماندهی، ذخیره‌سازی و به‌کارگیری دانش به‌منظور تأمین نیازها و اهداف سازمان را در خود جای می‌دهد. دالکر با بررسی بیش از صد تعریف منتشر شده درباره مدیریت دانش، آن‌ها را در سه دیدگاه خلاصه کرده است:

الف) دیدگاه کسب‌وکار

ب) دیدگاه علم‌شناختی یا علم دانش

ج) دیدگاه فرایند فناوری

مدیریت دانش عبارت است از فرآیند خلق و کسب، حفظ و تسهیم و به‌کارگیری سرمایه‌های فکری در یک سازمان به‌منظور خلق و حفظ مزیت رقابتی پایدار و افزایش عملکرد کسب‌وکار (قلیچ‌لی، ۱۳۸۸).

در داخل سازمان این دانش نه تنها در مستندات و بانک‌های اطلاعاتی سازمان جای دارد، بلکه در تمام فعالیت‌ها، فرایندها، اقدامات و نُرم‌های سازمان هم جریان دارد (الوانی، ۱۳۸۶). بسیاری از اندیشمندان دانش را به دانش فردی و دانش سازمانی تقسیم می‌نمایند. برخی نیز دانش را فقط در دو طبقه آشکار و پنهان یا صریح^۱ و ضمنی^۲ مورد تحلیل قرار می‌دهند (بهات، ۲۰۰۱). دانش آشکار یا صریح، دانشی است که عینی بوده و می‌تواند به صورت رسمی و زبان سیستماتیک بیان شود. نوناکا^۳ معتقد است که این نوع دانش مستقل از کارکنان بوده و در سیستم‌های کامپیوتری، کتاب‌ها، مستندات سازمانی و نظایر این‌ها وجود دارد. دانش صریح دارای قابلیت کدگذاری و بیان از طریق گویش است. علوم دانشگاهی مثال بارز این نوع دانش است. دانش پنهان یا ضمنی، دانشی است که منابع و محتوای آن در ذهن نهفته است و به آسانی قابل دستیابی نبوده و غیرساختارمند است. در مدیریت دانش آن چه که مدیریت می‌شود، شامل دانش صریح و ضمنی می‌باشد (تقی‌زاده و همکاران، ۱۳۸۹). در هر سازمان، دانش از تمام منابع موجود از قبیل پرسنل، سیستم‌ها، بانک‌های اطلاعاتی، مستندات و پرونده‌های بایگانی جمع‌آوری می‌شود، سپس تمام دانش جمع‌آوری شده در ساختارهای مناسبی دسته‌بندی می‌شوند. این دانش به سرعت و به راه‌های مختلف بین آن‌هایی که در سازمان به آن نیاز دارند، قابل توزیع است. دانش مناسب و صحیح، نزد افراد یا سیستم مناسب و در زمان مناسب قرار می‌گیرد، به‌گونه‌ای که آن‌ها بتوانند برای دستیابی به هدف‌های سازمان، بهترین استفاده را از دانش ببرند. شوارزوالدر^۴ اظهار می‌دارد که مدیریت دانش به سازمان‌ها کمک می‌کند تا بتوانند از دانایی‌های خود استفاده نموده، خردمندانه‌تر و سریع‌تر کار کنند و سرمایه بیشتری به دست آورند (ریتا و هامیلتون، ۱۳۸۵). پرز مدیریت دانش را اینگونه تعریف می‌کند: مدیریت دانش شامل فراهم‌آوری دانش، خرد و تجربیات دارای ارزش افزوده‌ی افراد درون سازمان است، به‌طوری‌که بازیابی و استفاده از دانش را تسهیل نموده و از آن به‌عنوان دارایی سازمان صیانت

¹ Explicit Knowledge

² Tacit Knowledge

³ Nonaka

⁴ . Schwarzwalder

می‌کند. در تعریفی دیگر مدیریت دانش عبارت است از فرایند خلق و کسب، حفظ و تسهیم و کاربرد سرمایه‌های فکری (سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای) یک سازمان به منظور خلق و حفظ مزیت رقابتی پایدار و افزایش عملکرد کسب‌وکار (پرز، ۱۹۹۹).

اهمیت مدیریت دانش

دانش، اطلاعات ترکیب شده با تجربه، شرایط، تفسیر و تفکر است. دانش منبع قابل تجدیدی است که همواره می‌تواند مورد استفاده قرار بگیرد و از طریق استفاده و ترکیب با تجربه کارکنان اندوخته شود. انسان‌ها دارای دانش‌اند و دانش نمی‌تواند بیرون از اذهان افراد یک سازمان به وجود آید. اطلاعات وقتی وارد ذهن انسان می‌شود تبدیل به دانش می‌شود (دالکر^۱، ۲۰۰۵). در اقتصاد دانش محور یا اقتصاد بر پایه دانش، در مقایسه با سایر عوامل تولید، مانند زمین، سرمایه، ماشین‌آلات و غیره دانش ارجحیت بیشتری دارد، به گونه‌ای که در این اقتصاد، دانش به منزله مهمترین عامل تولید محسوب می‌شود و از آن در حکم مهم‌ترین مزیت رقابتی در سازمان‌ها یاد می‌شود (سینارمن^۲، ۲۰۰۲).

سازمانی که در مدیریت دانش موفق باشد، دانش را به مثابه سرمایه می‌داند و تلاش می‌کند ارزش‌های سازمان را با پشتیبانی از خلاقیت و اشتراک دانش ارتقا دهد. مدیریت دانش دربرگیرنده مدیریت اطلاعات و مدیریت افراد است. نکته‌ای که باید به آن توجه کرد این است که دانش نمی‌تواند مستقیماً مدیریت شود، بلکه فقط اطلاعات دانشی که افراد سازمان دارند، می‌تواند مدیریت شود (استیریفیلد و ویلسن^۳، ۱۹۹۹).

چرخه مدیریت دانش

برای مدیریت دانش مراحل مختلفی مطرح شده که به چرخه مدیریت دانش معروف است. حسن بیگی چرخه مدیریت دانش را این گونه بیان می‌کند:

- کسب دانش: دانش جدید باید ارزشمند تلقی شود و به صورتی معقول ارائه گردد.
- پالایش دانش: دانش جدید باید با شرایط جدید تطبیق داده شود و بدین ترتیب کاربردی گردد.
- ذخیره دانش: پس دانش مفید باید به شکل منطقی در یک مخزن دانش، به گونه‌ای ذخیره شود که دیگران نیز در سازمان بتوانند به آن دسترسی داشته باشند.

- مدیریت دانش: دانش مانند یک کتابخانه، باید به روز نگه داشته شود.
- اشاعه دانش: دانش باید همیشه و در همه جا در قالبی مناسب برای هر کسی که در سازمان به آن نیاز دارد قابل دسترسی باشد (حسن بیگی، ۱۳۸۹: ۲۰).

صاحب نظرانی مثل ویگ^۱ (۱۹۹۳) مه یر و زاک^۲ (۱۹۹۶) مک الوری^۳ (۱۹۹۹) بیوکویتز و ویلیامز^۴ (۲۰۰۰) بیرکین شاو و شیهان^۵ (۲۰۰۲) و دالکر (۲۰۰۵) چرخه های مدیریت دانش را بیان کرده اند که در این مقاله از نظر ویگ (که چهار گام اصلی مدیریت دانش را مطرح می کند که عبارت اند از: ۱- خلق دانش؛ ۲- حفظ دانش؛ ۳- تسهیم دانش؛ ۴- کاربرد دانش) با مختصری تغییر در آن، استفاده شده است. همان کاری که دالکر با تلفیقی از دیدگاه های مطرح می کند و مرحله ۲ و ۳ را ادغام کرده است.

- خلق دانش: خلق دانش به شناسایی و سپس کدگذاری دانش درونی سازمان و یا دانش بیرونی موجود در آن اشاره دارد. مطابق مدل نوناکا و همکاران (۲۰۰۰) چهار روش خلق دانش سازمانی عبارت اند از: ۱- اجتماعی کردن؛ ۲- بیرونی کردن؛ ۳- درونی کردن؛ ۴- ترکیب کردن.

- تسهیم دانش: در سطوح مختلف سازمان صورت می گیرد. بین افراد، از افراد به منابع آشکار از افراد به گروه ها، بین گروه ها، در میان گروه ها و از گروه به سازمان.

اسویبی نه حالت انتقال دانش را توضیح می دهد:

۱- انتقال دانش بین افراد؛ ۲- انتقال دانش از افراد به ساختار بیرونی؛ ۳- انتقال دانش از ساختار بیرونی به افراد؛ ۴- انتقال دانش از شایستگی به ساختار درونی؛ ۵- انتقال دانش از ساختار درونی به شایستگی فردی؛ ۶- انتقال دانش به درون ساختار بیرونی؛ ۷- انتقال دانش از ساختار بیرونی به ساختار درونی؛ ۸- انتقال دانش از ساختار درونی به ساختار بیرونی؛ ۹- انتقال دانش در درون ساختار درونی سازمان (اسویبی. کی، ۲۰۰۱).

- کاربرد دانش: دانش خلق شده توسط سازمان ممکن است به طور درونی از طریق تولید یک محصول یا پیش بینی یک خدمت بهره برداری شود، یا این که به طور بیرونی از طریق حق بهره برداری از گواهینامه ها یا فراهم کردن خدمات مشاوره ای مورد استفاده قرار گیرد (قلیچ لی، ۱۳۸۸).

¹ Whig

² Meyer and Zack

³ McElroy

⁴ Williams

⁵ Birkin Shaw and Sheehan

⁶ Sveiby.k 2001)

نوآوری

صاحب نظران در تعریف نوآوری، نظرات مختلفی را عرضه کرده‌اند که اهم آن‌ها عبارت است از:
- نوآوری یا ابداع، کاربردی و عملی کردن افکار و اندیشه‌های نو و بدیع ناشی از خلاقیت است.

- نوآوری، تبدیل خلاقیت (ایده نو) به عمل و یا نتیجه (سود) است.

- نوآوری، فرآیند آخر ایده‌ی خلاق و تبدیل آن به محصول، خدمات و روش‌های جدید عملیات است.

- فرایند اجرای خلاقیت یا به عبارتی تحقق بخشیدن و عملیاتی کردن ایده‌های نو و به‌طورکلی تبدیل خلاقیت به نتیجه‌ای عینی است (گلستان هاشمی، ۱۳۸۰).

روان‌شناسان به خلاقیت که بیشتر مفهوم فردی است اهمیت می‌دهند و جامعه‌شناسان به نوآوری که بیشتر مفهومی گروهی است اهمیت می‌دهند و خلاقیت را یکی از مراحل آن می‌دانند. به علت اهمیت این موضوع، محققان و صاحب‌نظران، مطالعه و تحقیقات زیادی در زمینه نوآوری داشته‌اند و تاکنون به سه رویکرد اشاره کرده‌اند:

الف) رویکردی که نوآوری را بیشتر امری روان‌شناختی و مربوط به استعدادهای فردی تلقی نموده است.

ب) رویکردی که نوآوری را امری اجتماعی و مربوط به فراهم آمدن محیط زمینه مناسب در نظر گرفته است.

ج) رویکردی که نوآوری را یک امر سازمانی دانسته و معتقد است که نوآوری مستلزم مهیا شدن عواملی متعدد است. این عوامل را می‌توان در سه دسته فرهنگی، ساختاری و منابع انسانی نام برد (زارعی، ۱۳۸۵).

مطابق با رویکرد سوم نوآوری، به‌الگویی نیاز داریم که بتواند تأثیر عوامل مختلف را بر نوآوری نشان دهد (نوناکا، ۱۹۹۴). طبق این الگو هر سازمان متشکل از زیرمجموعه‌های فرهنگی، ساختاری و انسانی است، بنابراین سازمان‌ها نیازمند عواملی هستند که بتوانند بر این زیرمجموعه‌ها تأثیر بگذارند. الگویی که از نوآوری برای تحقیق حاضر در نظر گرفته شده است، ویژگی‌های لازم برای چنین کاری را دارد. این الگو شامل ابعاد زیر است:

بعد فرهنگی نوآوری سازمانی: اصولاً تعریف برای فرهنگ کاری بس دشوار است.

اگر فرهنگ سازمانی را ترکیبی از ارزش‌های مشترک، تصورات ذهنی مشترک، رفتارهای

مشخص (شیوه‌ای که برای انجام کارها به کار می‌بریم) و نمادهای گوناگون بدانیم (قاسمی، ۱۳۸۰). آنگاه برای ایجاد فضای نوآوری در سازمان مشخصاتی را باید در نظر بگیریم. به تعبیر رایینز یک فرهنگ نوآور احتمالاً دارای ویژگی‌هایی مانند: پذیرش ابهام، تحمل موضوع غیرعملی، کنترل‌های بیرونی کم، تحمل ریسک، تحمل تضاد، تمرکز نتایج و تأکید بر نظام باز می‌باشد.

بعد ساختاری نوآوری سازمانی: ساختارهای مختلف سازمانی می‌توانند زمینه‌ساز ایجاد نوآوری و یا مانع خلاقیت و نوآوری شود. سازمان‌هایی که معمولاً دارای ویژگی‌های ساختاری مانند عدم تمرکز در تصمیم‌گیری، قوانین و مقررات کمتر، قدرت انطباق و شبکه‌های ارتباطات رسمی، ارتباطات سریع بین واحدها هستند، فضای نوآورانه بیشتری را برای کارکنان خود فراهم می‌کنند. چنین ساختارهایی زمینه پذیرش بیشتر برای نوآوری را دارا می‌باشند.

بعد منابع انسانی نوآوری سازمانی: نیروی انسانی مهم‌ترین سرمایه سازمان است. سازمان‌هایی که از نیروی انسانی آموزش دیده استفاده کنند، سازمان‌هایی با ارزش افزوده بالا هستند. سازمان‌هایی که قادرند دیدگاه‌های ناشناخته به مسائل را با راه‌حل‌های منحصر به فرد ارتقاء دهند و همچنین قادرند شیوه‌هایی برای تبدیل ایده‌های خلاق به نتایج مفید را به کار برند سازمان‌های نوآور و خلاق محسوب می‌شوند. آن‌ها همچنین در توجه اساسی به منابع انسانی خود آموزش و توسعه دانش کارکنان، جرات بخشیدن به افرادی برای تغییرپذیری، امنیت شغلی در سطح عالی برای کارکنان و وجود افراد خلاق تأکید می‌کنند (رایینز، ۱۹۹۸).

فرآیند نوآوری

مفهوم نوآوری از دیدگاه مدیریت، فرآیندی است که از تصور شروع و به انتشار تجاری محصول یا خدمت جدید ختم می‌شود. نمودار زیر بیانگر مراحل مختلف این فرآیند است:



نمودار ۱. نمودار فرآیند نوآوری

در این فرآیند، ابتدا فرد اجازه دارد تصورش را آزاد کند و به جهات مختلف گردش کند و سپس تصورش به یک ایده تبدیل می‌شود و بعد آن ایده تبدیل به یک ایده عملی، مفید و مناسب شده

(خلاقیت) به دنبال آن، ایده‌های عملی را به کالا، خدمات و .. تبدیل می‌نماید (نوآوری) و در نهایت با پخش تجاری کالا و خدمات تولید شده جدید، فرایند نوآوری به پایان می‌رسد (عالی، ۱۳۸۰).

ویژگی‌های نوآوری

آن چیزی که یک نوآوری را از دیگر کارها جدا می‌سازد، ویژگی‌های نوآوری است. سازمان‌های ثبت اختراع، نوآوری و ابتکار ویژگی‌های خاصی را برای پذیرفتن یک نوآوری در نظر می‌گیرد. برخی از ویژگی‌های نوآوری به شرح زیر می‌باشد: نوآوری با عدم اطمینان (تردید) همراه است، فرایند نوآوری یک تناقض را برطرف می‌کند، نوآوری مرزها را در هم می‌نوردد، فرایند نوآوری مبتنی بر دانش افزایی و یادگیری است (سعیدی‌کیا، ۱۳۸۵). همچنین نوآوری انواع مختلفی دارد از جمله نوآوری بنیادی، نوآوری در فرایند، نوآوری در محصول، نوآوری مبتنی بر ساختار فناوری، نوآوری در خدمات و نوآوری در بازاریابی دارد (سعیدی‌کی، ۱۳۸۵).

مدیریت دانش و نوآوری سازمانی

اهمیت مدیریت دانش و رابطه آن با نوآوری به‌طور گسترده تأیید شده است؛ مدیریت موثر دانش ارتباطات دانشی را آسان می‌کند و نیازهای جریان نوآوری را تغییر می‌دهد و علاوه بر آن عملکردهای نوآورانه را از طریق توسعه بینش و توانایی‌های جدید افزایش می‌دهد (هال و مایرز، ۲۰۰۶). مدیریت دانش یک نوآوری درون سازمانی است؛ بدون حمایت از نوآوری، مدیریت دانش از بین می‌رود. در انتخاب نحوه حمایت از مدیریت دانش باید هدفمندانه عمل کرد و مستلزم توجه به خواسته‌ها و شرایط نوآورانه و مرحله اجرا است (ابراهیم قوام، ۱۳۹۰).

نوآوری فرهنگی

نوآوری فرهنگی، راه‌های تطبیق رویه‌ها و سنت‌ها با واقعیت‌ها از طریق تغییر پارادایم‌های ذهنی شناختی است. ماهیت جامعه و نقش آن در نوآوری اجتماعی، به‌گونه‌ای است که برخی از محققان بر این باورند که با به‌کارگیری سه دسته از نوآوری شامل مدیریتی، هنجاری و فرهنگی و نوآوری اجتماعی شکل می‌گیرد. بنابراین نوآوری اجتماعی تغییرات در ساختارهای فرهنگی، هنجارها و یا مقررات جامعه است که منجر به اعتلای منابع قدرت جمعی و بهبود عملکرد اقتصادی و اجتماعی آن می‌شود (هریسکالا و همالاینن^۱، ۲۰۰۷). از دیدگاه آن‌ها، نوآوری اجتماعی به‌معنای تغییر حداقل در یکی از عوامل فرهنگی، هنجارها و قوانین تنظیمی است (پوول

و ویله^۱، ۲۰۰۹). در تحقیق حاضر از مدل عمومی دانش چهار مرحله‌ای نیومن دکنه‌راد برای بررسی متغییر مدیریت دانش استفاده شده است که این مراحل عبارتند از:

۱- **خلق دانش:** این مرحله دربرگیرنده فعالیت‌هایی است که مرتبط با ورود دانش جدید به سیستم است و شامل توسعه- کشف و تسخیر دانش می‌شود.

۲- **حفظ و نگهداری دانش:** عبارت است از فعالیت‌هایی که دانش را در سیستم ماندگار می‌کند. در این راستا صاحب‌نظران به مهم‌ترین عاملی که اشاره می‌کنند حافظه سازمانی است و آن عبارت است از توانایی سازمان برای حفظ و نگهداری دانش.

۳- **انتقال یا تسهیم دانش:** شامل رفتارهایی بسیار گوناگونی نظیر ارتباط، ترجمه، تفسیر، پالایش و ارائه دانش است. روش‌های انتخاب شده برای انتقال دانش بسیار بر روی این زمینه تأثیر دارد. انتقال دانش تنها از طریق انسان‌ها انجام نمی‌شود، بلکه نظام‌ها و عوامل خودکار دیگری نیز هستند که نقش میانجی را بر عهده دارند. تسهیم دانش به انتقال دانش یا انتشار آن اطلاق می‌شود و به فرآیندی که به وسیله آن دانش از فردی به فرد دیگر، از اشخاص به گروه‌ها و از یک گروه به گروه دیگر انتقال می‌یابد، اشاره دارد.

۴- **انتقال و به‌کارگیری دانش:** عبارت است از عینیت بخشیدن به دانش به‌دست آمده و اجراء و پیاده‌سازی دانش در سازمان. اندیشمندان با عنایت به ماهیت مولفه‌های فوق، مدیریت دانش را به دو بعد نرم شامل (خلق دانش، انتقال دانش) و بعد سخت (ذخیره دانش، کاربرد دانش) تقسیم می‌کنند (نیومن دکنه‌راد، ۱۹۹۹).

پیشینه تحقیق

الیکانی و فکری (۱۳۹۳) در پژوهش خود نشان دادند که مدیریت دانش به اندازه ۱۵ درصد می‌تواند نوآوری محصول را پیش‌بینی کند و بر آن تأثیر گذارد؛ همچنین تمام گویه‌ها (اکتساب دانش، کاربرد دانش، تبدیل دانش و شبیه‌سازی دانش) به جز تسهیم دانش و ارزیابی دانش معنی‌دار بوده و بر روی نوآوری محصول تأثیر گذار هستند.

دلیرپور و یعقوبی (۱۳۹۲) به بررسی تأثیر مدیریت دانش بر یادگیری سازمانی و نوآوری پرداخته‌اند؛ یافته‌های به‌دست آمده حاکی از آن است که یادگیری سازمانی رابطه مثبت و معناداری بر مدیریت دانش و نوآوری سازمانی دارد. مدیریت دانش نیز تأثیر مثبت و معناداری

بر نوآوری سازمانی دارد.

محمدی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهش خود به کارگیری قابلیت‌های مدیریت دانش در دانش‌آفرینی و نوآوری پلیسی اشاره کردند؛ نتایج نشان داد قابلیت‌های مدیریت دانش، اعم از فرآیندی و زیرساختی به دو طریق غیرمستقیم و مستقیم بر نوآوری سازمانی پلیس تأثیرگذار بوده است.

یوسفی و همکاران (۱۳۹۱) به بررسی میزان تأثیر مدیریت دانش بر نوآوری پرداختند؛ نتایج حاصل از بررسی فرضیه‌های پژوهش، حاکی از آن است که بین مدیریت دانش و نوآوری، ارتباط معنی‌داری وجود دارد و با توجه به مدیریت دانش می‌توان موجب افزایش نوآوری در سازمان‌ها شد.

احمدی و همکاران (۱۳۹۱) در مقاله‌ای به بررسی تأثیر استراتژی‌های مدیریت دانش بر نوآوری و عملکرد سازمانی پرداختند و چنین استدلالات کردند که مستندسازی و شخصی‌سازی به صورت مستقیم و غیرمستقیم و از طریق متغیر میانجی نوآوری سازمانی بر عملکرد سازمانی تأثیر مثبت دارد.

امینی و انعامی (۱۳۹۱) ضمن پرداختن به چستی و ابعاد کمتر شناخته شده مدیریت دانش، مولفه‌های کلیدی تأثیرگذار بر این رشته نوظهور علمی را احصا نموده و در فرجام یافته‌های خود، تأثیر حوزه جدید مدیریت دانش را بر نوآوری در سازمان‌های دفاعی به‌طور عام و نوآوری‌های دفاعی را به‌طور اخص ارائه نمودند.

طالقانی و همکاران (۱۳۹۱) در مطالعه خود به بررسی ارتباط میان مدیریت دانش و نوآوری سازمانی در یک شرکت بیمه پرداختند؛ نتایج نشان داد که شاخص‌های خلق دانش، حفظ دانش، انتقال دانش و کاربرد دانش با نوآوری سازمانی رابطه معنی‌داری دارد.

میرفخرالدینی و همکاران (۱۳۸۹) به بررسی مدیریت دانش، نوآوری دانش و عملکرد نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط پرداختند؛ آنان اذعان داشتند که میان سه عامل ذکر شده ارتباط معنی‌داری وجود دارد.

نقی‌زاده (۱۳۸۹) در پژوهش خود سعی نمود تا مدیریت دانش، مدیریت نوآوری و مدیریت فن‌آوری را تجمیع نموده تا ضمن بهره‌گیری از ویژگی‌های هر یک، از دوباره‌کاری و مدیریت جزیره‌ای جلوگیری کند و در نهایت چارچوب جدید ارائه نمود.

دهقان‌نجم (۱۳۸۸) به موضوع مدیریت دانش و نقش آن در نوآوری پرداخت و فرآیندها و

استراتژی‌های مدیریت دانش را در زمینه نوآوری بیان نمود. کارلینا و آنجل (۲۰۱۱) در پژوهش خود بیان داشتند که استراتژی مدیریت دانش از طریق افزایش توانایی و نوآوری بر روی عملکرد سازمان تأثیر می‌گذارد. کاماسک و بولوتار (۲۰۱۰) به بررسی تأثیر اشتراک دانش بر نوآوری پرداختند و اذعان نمودند که میان اشتراک دانش و نوآوری ارتباط معنی‌داری وجود دارد. وکارو (۲۰۱۰) دریافت که مدیریت دانش تأثیر مستقیمی بر عملکرد مالی دارد و موجب بهبود عملکرد محصولات جدید می‌شود. یانگ (۲۰۱۰) اثبات کرد که میان استراتژی‌های مدیریت دانش و عملکرد ارتباط مستقیمی وجود دارد و در این حالت نوآوری در بالاترین سطح خود قرار دارد. مورا و همکاران (۲۰۱۳) در مطالعه‌ای به ترویج رفتار نوآورانه کارکنان از طریق رفتار اشتراک دانش با نقش تعدیل‌گری سرمایه اجتماعی پرداختند. نتایج این پژوهش که با روش رگرسیون انجام شده بود، نشان داد رفتار اشتراک دانش بر روی نوآوری اثر مثبت دارد؛ اشتراک‌گذاری بهترین شیوه‌ها و اشتراک‌گذاری اشتباهات محرک نوآوری است و درک افراد از سرمایه اجتماعی، رابطه میان رفتار اشتراک دانش و رفتار نوآورانه را تعدیل می‌کند.

مدل مفهومی تحقیق

در مدل فوق ابعاد مدیریت دانش (خلق دانش، ذخیره‌سازی دانش، انتقال دانش و کاربرد دانش) از مدل عمومی مدیریت دانش نیو من دکنه‌راد استخراج شده است و در بحث نوآوری از مولفه‌های نوآوری سازمانی نوناکا (منابع انسانی، فرهنگی و ساختاری) استفاده شده است.

روش شناسی تحقیق

تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش گردآوری داده‌ها، توصیفی و از حیث ارتباط بین متغیرهای تحقیق از نوع علی است. روش انجام تحقیق نیز به صورت پیمایشی بوده که از مهم‌ترین مزایای آن قابلیت تعمیم نتایج است. متغیرهای تحقیق عبارتند از مدیریت دانش سازمانی به مثابه متغیر مستقل و نوآوری سازمانی به مثابه متغیر وابسته. به منظور بررسی ارتباط بین مدیریت دانش و نوآوری از دو نوع پرسشنامه استاندارد استفاده شده است.

الف) پرسشنامه مدیریت دانش شامل ۲۰ سوالی می‌باشد که عوامل زیر را مورد سنجش قرار می‌دهد:

۱- خلق دانش (کسب دانش)؛

۲- ذخیره سازی دانش (توسعه و بهبود دانش)؛

۳- انتقال تسهیم دانش (نشر دانش)؛

۴- کاربرد دانش.

ب) پرسشنامه نوآوری سازمانی نیز از سه بعد فرهنگی، ساختاری و منابع انسانی مورد بررسی قرار گرفته است که در بردارنده ۱۲ متغیر نوآوری است:

۱- بعد فرهنگی نوآوری سازمانی؛

۲- بعد ساختاری نوآوری سازمانی؛

۳- بعد منابع انسانی نوآوری سازمانی.

همچنین پرسشنامه شامل پرسش های شناسایی، اطلاعاتی یا مشخصاتی (درباره سوابع، مشخصات و موقعیت ها) پرسش های بسته (پاسخگو فقط به موارد طرح شده ای پاسخ دهد) می باشد.

پرسشنامه با طیف ۷ گزینه ای لیکرت تهیه شده که پژوهشگر آن را زیر بنای آزمون فرضیه ها قرار داد.

در خصوص روایی و پایایی پرسش نامه، در زمینه روایی پرسشنامه از نظر اساتید مرتبط با موضوع پژوهش تعیین و مورد تایید قرار گرفت. برای این منظور از نظر اساتید مدیریت، خبرگان و صاحب نظران و مدیران و کارشناسان متخصص کمک گرفته شد و پس از تایید آن ها تغییرات پیشنهادی و حذف چند سؤال پرسشنامه به شکل موجود تهیه و توزیع شد.

در خصوص اعتبار یا پایایی، ضریب محاسبه شده برای به دست آوردن پایایی از طریق نرم افزار SPSS، ۰/۸۸ می باشد بنابراین می توان گفت که پرسشنامه فوق از اعتبار کافی برخوردار می باشد، بدین معنی که پاسخ های داده شده ناشی از شانس و تصادف نبوده بلکه به خاطر اثر متغیری می باشد که مورد آزمون قرار گرفته است. زیرا اولاً آنچه را که محقق در نظر داشته است دقیقاً سنجیده است و ثانیاً برداشت ذهنی تمام پاسخگویان از آن مشابه بوده است.

آلفای به دست آمده برای هر یک از مولفه ها در جدول شماره ۱ ارائه می گردد:

جدول ۱. آلفای کرنباخ بدست آمده به تفکیک متغیرهای تحقیق

مؤلفه	آلفای کرنباخ
خلق دانش	۰/۷۹۱
ذخیره سازی دانش	۰/۷۸۵
انتقال دانش	۰/۷۹۳
کاربرد دانش	۰/۸۱
فرهنگی	۰/۷۴۱
ساختاری	۰/۸۵۱
منابع انسانی	۰/۷۹

جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کلیه کارکنان دارای مدرک کارشناسی و بالاتر در معاونت اجتماعی و پیشگیری از وقوع جرم قوه قضائیه در تهران به تعداد ۴۸ نفر می باشد. پرسشنامه تحقیق برای تمامی افراد جامعه آماری ارسال شد که در نهایت تعداد ۴۳ نفر از آن‌ها پرسشنامه را تکمیل کردند.

تجزیه و تحلیل داده‌ها و یافته‌های تحقیق

به منظور بررسی هم‌قواری و نرمال بودن داده‌های جمع آوری شده از روش آزمون ناپارامتری کولموگوروف-اسمیرنوف استفاده گردیده، استنتاج آزمون مذکور در جدول زیر قابل مشاهده می باشد.

جدول ۲. جدول یافته‌های تحقیق

متغیرهای مشاهده شده	کسب دانش	ذخیره سازی دانش	تسهیم دانش	بکارگیری دانش	فرهنگ	ساختار	نیروی انسانی
نمونه‌ی آماری	۴۳	۴۳	۴۳	۴۳	۴۳	۴۳	۴۳
پارامترهای نرمال	میانگین	۴/۳۵	۳/۶۹	۳/۶۲	۳/۸۲	۳/۹۶	۴/۲۱
	انحراف از معیار	۱/۰۶	۱/۰۵	۰/۹۹	۰/۹۲	۰/۷۸	۱/۰۷
حداکثر حد تفاوت	مطلق	۰/۱۳۰	۰/۱۳۵	۰/۱۸۰	۰/۱۱۳	۰/۱۶۹	۰/۰۹۱
	مثبت	۰/۰۹۸	۰/۱۳۵	۰/۱۸۰	۰/۱۱۳	۰/۰۷۹	۰/۰۸۸
	منفی	۰/۱۳۰	۰/۹۲	۰/۹۴	۰/۱۰۱	۰/۱۶۹	۰/۰۹۱
Kolmogorov-Smirnov Z		۰/۷۷۱	۰/۷۹۶	۱/۰۶۶	۰/۶۶۸	۱/۰۰۱	۰/۶۷۹
سطح معنی داری		۰/۵۹۲	۰/۵۵۰	۰/۲۰۶	۰/۷۶۳	۰/۲۶۹	۰/۷۴۵

در واقع در این آزمون مانند تمامی روش‌های آماری، سطح معناداری نشان دهنده میزان خطایی است که در رد فرضیه صفر مرتکب می‌شویم. از آنجا که فرضیه صفر آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف، بیان کننده ناهمگن بودن و نرمال نبودن داده‌ها می‌باشد، معناداری بالاتر از ۰/۰۵ نشان دهنده آن است که داده‌ها همگن هستند. همانطور که در جدول بالا مشاهده می‌گردد، تمامی متغیرهای تحقیق حاضر در آزمون کولموگوروف اسمیرنوف همگن و نرمال می‌باشند، لذا از این داده‌ها می‌توان بخوبی در تحلیل‌های کمی استفاده کرد و از نتایج به‌منظور نتیجه‌گیری بهره‌برداری نمود. در ادامه از روش ضریب پیرسون که نشان‌دهنده میزان هم‌بستگی میان متغیرهای پژوهش می‌باشد بهره گرفته شده است. نتایج این آزمون نیز در جدول ۳ مشاهده می‌شود.

جدول ۳. جدول ضریب پیرسون

کسب دانش	۱	۰/۷۸	۰/۷۲	۰/۸۵	۰/۶۷	۰/۴۳	۰/۵۴	۰/۷۹	۰/۴۵
ذخیره دانش	۱								
تسهیم دانش	۰/۷۲	۱							
بکارگیری دانش	۰/۸۵	۰/۶۷	۱						
رویکرد فرهنگی	۰/۵۵	۰/۵۵	۰/۵۰	۱					
رویکرد ساختاری	۰/۳۴	۰/۳۴	۰/۴۵	۰/۲۷	۱				
رویکرد لسنی	۰/۳۷	۰/۳۸	۰/۵۲	۰/۳۱	۰/۴۲	۱			
مدیریت دانش	۰/۸۸	۰/۹۴	۰/۸۴	۰/۹۱	۰/۵۶	۰/۴۰	۱		
نوآوری	۰/۴۸	۰/۴۸	۰/۵۷	۰/۳۹	۰/۷۳	۰/۹۳	۰/۵۴	۱	

* معنادار در سطح $p\text{-value} \leq 0.05$ ** عدم معناداری بعلا $p\text{-value} \geq 0.05$

علت انتخاب روش کولموگوروف

برای اینکه نرمال بودن داده‌ها را مورد بررسی قرار داد می‌بایست از یک روش مناسب با توجه به داده‌ها بهره گرفت. از میان روش‌های گوناگون مانند کای دو، کولموگوروف اسمیرنوف و غیره روش کولموگوروف اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن داده‌هایی است که تعداد نمونه‌ها در آن کمتر از ۵۰ مورد باشد. از آنجا که پرسشنامه‌های این تحقیق کمتر از ۵۰ عدد می‌باشد از این روش استفاده شده است. همانطور که از نتایج ارائه شده در جدول بالا برمی‌آید، بین متغیرهای مدیریت دانش و متغیرهای نوآوری رابطه معناداری وجود دارد. تنها در مورد رابطه

بین بکارگیری دانش با رویکرد ساختاری نوآوری و همچنین با رویکرد انسانی نوآوری رابطه‌ی مذکور معنادار نمی‌باشد. پس از اینکه رابطه‌ی همبستگی میان متغیرهای پژوهش انجام گرفت. به‌منظور تعیین رابطه‌ی تأثیر و تأثر بین دو مؤلفه مدیریت دانش و نوآوری از روش رگرسیون خطی استفاده گردید. نتایج این بررسی نیز در جدول زیر آمده است:

جدول ۴: ANOVA

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	آماره F	Sig.
رگرسیون	۶/۵۴۲	۱	۱۳/۴۹۵	۰/۰۰۱
باقیمانده	۱۵/۹۹۸	۳۳		
کل	۲۲/۵۴۰	۳۴		

جدول ۵: ضرایب

مدل	T	R	R ²	Sig.
۱	۳/۶۷۴	۰/۵۳۹	۰/۲۹۰	۰/۰۰۱

از این جداول نتایج زیر حاصل می‌گردد:

- از آنجا که میزان مجموع مربعات مدل رگرسیون حاضر مربعات تقریباً حدود ۳۰ درصد کل مربعات می‌باشد، می‌توان نتیجه گرفت که نوآوری در سازمان مربوطه به اندازه ۳۰ درصد در قالب این مدل رگرسیونی که همانا تأثیر مدیریت دانش بر نوآوری است قابل تبیین است.
- مقدار آماره t معادل با ۳/۶۷۴ بوده که خارج از محدوده‌ی می‌باشد، نشان دهنده معناداری این مدل رگرسیون می‌باشد.

$$-1.98 \leq t \leq +1.98$$

میزان Sig نیز مؤید همین موضوع می‌باشد.

- مقدار ضریب رگرسیونی مدیریت دانش برابر با ۰.۵۳۹ بوده است. همچنین میزان آن دو نیز که همان ضریب تعیین می‌باشد به اندازه ۰.۲۹ می‌باشد. این یافته نشان می‌دهد که نوآوری به اندازه حدوداً سی درصد با مؤلفه مدیریت دانش تعیین و پیش‌بینی می‌گردد. به بیان دیگر موفقیت مدیریت دانش می‌تواند تا سی درصد نوآوری را در سازمان مربوطه پیش‌بینی نماید.

نتیجه گیری و پیشنهاد

نتایج مطالعات، بحث‌های نظری و یافته‌ای حاصل از تکمیل پرسشنامه و تجزیه و تحلیل آن‌ها نشان داد که مدیریت دانش رابطه مثبت و معنی‌داری با نوآوری سازمانی دارد. مولفه‌های مدیریت دانش شامل کسب دانش، ذخیره دانش، تسهیم دانش و بکارگیری دانش است که رابطه مثبت و معنی‌داری با ابعاد یادگیری سازمانی دارند و تنها در دو رویکرد با مولفه "بکارگیری دانش" رابطه معنی‌داری مشاهده نشد.

- رویکرد ساختاری: به نظر می‌رسد علت عدم برقراری ارتباط بین رویکرد ساختاری و مولفه "بکارگیری دانش" وجود تمرکز در تصمیم‌گیری‌ها، ارتباطات رسمی و قوانین و مقررات فراوان می‌باشد که این عوامل سبب از بین رفتن خلاقیت و نوآوری در سازمان می‌باشد.

- رویکرد انسانی: سازمان‌هایی که دارای عدم توانایی در ارتقاء دیدگاه‌های ناشناخته نسبت به مسائل و تبدیل ایده‌های خلاق به نتایج مفید هستند، نمی‌توانند به‌عنوان سازمان‌های خلاق و نوآور مطرح شوند.

توسعه دانش کارکنان، جرات بخشیدن به افراد برای تغییرپذیر، ایجاد امنیت شغلی در سطح عالی برای کارکنان و وجود افراد خلاق از عواملی است که می‌تواند یک سازمان را به سطح مناسبی از خلاقیت و نوآوری رساند. این‌ها عواملی هستند که می‌تواند باعث به‌کارگیری دانش موجود در سازمان شوند.

به‌منظور نهادینه‌سازی مدیریت دانش در سازمان‌ها، باید همه ابعاد آن، همگام با هم اجرایی شده و گسترش یابند؛ چرا که ضعف در هر یک از این ابعاد، چون حلقه مفقوده، پیاده‌سازی مدیریت دانش و به واسطه آن ایجاد نوآوری را دچار نقصان خواهد کرد. بنابراین مدیران ارشد و اساتید این سازمان باید تلاش کنند با توجه به ضعف مشاهده شده در هر یک از معیارها - به‌خصوص معیارهایی از قبیل توسعه و انتقال دانش - از طریق اقدامات اصلاحی، درصد کم کردن فاصله بین وضع موجود و ایده‌آل برآیند.

نتیجه مقاله حاضر نشان داد که مدیریت دانش نقش چشمگیری در نوآوری ایفا می‌کند. پر واضح است که تحقیقات منحصربه‌فرد بیشتری می‌تواند در نقش بالقوه مدیریت دانش در نوآوری و اینکه چطور ارزش مدیریت دانش می‌تواند حداکثر شود، انجام شود که فرایند نوآوری را به‌طور مؤثر و کارآ تضمین نماید. تأثیر مطالعات بر این حوزه ممکن است بی‌نهایت با ارزش باشند به‌خصوص در سازمان‌هایی که مدیریت دانش و برنامه‌های محدودی دارند هم برای نوآوری و

هم مدیریت دانش حرفه‌ای درک روابط بین این مفاهیم و ارزشی که می‌تواند برای سازمان به لحاظ ایجاد و ادامه مزیت رقابتی پایدار به وجود آورد مهم است.



منابع و مأخذ

الف) منابع فارسی

- ابراهیم‌قوام، صغری (۱۳۹۰). «مدیریت دانش چالشی نو در نهادینه ساختن نوآوری پلیس»، فصلنامه توسعه مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی، سال ششم، شماره ۲۰.
- احمدپور دایانی، محمود (۱۳۷۸). کارآفرینی (تعاریف، نظریات و الگوها)، چاپ هشتم، تهران: انتشارات جهرمی.
- احمدی، ابراهیم؛ کراهی‌مقدم، سیروس؛ رحیمی، فرج‌الله (۱۳۹۱). تأثیر استراتژی‌های مدیریت دانش بر نوآوری و عملکرد سازمان جهاد کشاورزی استان چهارمحال و بختیاری، خوزستان: دانشگاه علوم و تحقیقات.
- الوانی، سیدمهدی (۱۳۸۶). «نقش سرمایه اجتماعی در توسعه مدیریت دانش سازمانی»، فصلنامه علوم مدیریت، شماره ۵، صص ۷۰ - ۳۵.
- الیکانی، حامد؛ فکری، رکسانا (۱۳۹۳). «ارائه مدل نوآوری با رویکرد مدیریت دانش در صنایع خودر سازی ایران»، کنفرانس بین‌المللی مدیریت در قرن ۲۱، تهران: موسسه مدیران ایده‌پرداز پایتخت ویرا.
- الوانی، سید مهدی (۱۳۸۸). مدیریت عمومی، تهران: نشر نی.
- برومند، مجتبی؛ رنجیری، مریم (۱۳۸۸). «اقدامات راهبردی مدیریت منابع انسانی و عملکرد نوآوری با تأکید بر نقش مدیریت دانش»، دو ماهنامه توسعه انسانی پلیس، سال ششم، شماره ۲۴.
- تقی‌زاده، هوشنگ (۱۳۸۹). «بررسی میزان بکارگیری فرایند مدیریت دانش در یک سازمان خدماتی»، فصلنامه فراسوی مدیریت، سال سوم، شماره ۱۲، صص ۴۸ - ۳۳.
- حسن‌بیگی، محسن (۱۳۸۹). «ارایه عوامل کلیدی موفقیت مدیریت دانش به‌منظور افزایش خلاقیت و یادگیری سازمانی در شرکت فرودگاه‌های کشور، پایان‌نامه کارشناسی ارشد.
- دانپورت، تامس اچ؛ پروساک، لارنس (۱۳۷۹). مدیریت دانش، ترجمه دکتر حسین رحمان‌سرشت، چاپ اول، تهران: نشر ساپکو.
- دلیرپور، مصطفی؛ یعقوبی، سعید (۱۳۹۲). «ارائه مدلی برای بررسی تأثیر مدیریت دانش بر یادگیری سازمانی و نوآوری»، دهمین کنفرانس بین‌المللی مهندسی صنایع، تهران: انجمن مهندسی صنایع ایران، دانشگاه صنعتی امیرکبیر.

- رابینز، استیفن (۱۳۶۹). مبانی رفتار سازمانی، ترجمه دکتر قاسم کبیری، چاپ اول، تهران: مرکز انتشارات علمی دانشگاه آزاد اسلامی.
- رادینگ، آلن (۱۳۸۳). مدیریت دانش (موفقیت بر اقتصاد جهانی مبتنی بر اطلاعات)، ترجمه محمدحسین لطیفی، تهران: انتشارات سمت.
- زارعی، محمد (۱۳۸۵). «نوآوری در سازمان‌های دانشی»، فصلنامه صنعت بیمه، شماره ۶۵.
- سعیدی‌کیا، مهدی (۱۳۸۵). اصول و مبانی کارآفرینی، تهران: نشر کیا.
- سنیمان، ریتا؛ مفیدی، هامیلتون (۱۳۸۵). «استفاده از اینترنت به‌عنوان ابزاری برای مدیریت دانش در کتابخانه‌های دانشگاهی»، ترجمه علیرضا اسفندیاری مقدم و فاطمه ذاکری فرد، فصلنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، شماره ۲، صص ۱۹۸-۲۱۷.
- طالب‌بیدختی، عباس؛ انوری، علیرضا (۱۳۸۳). «اخلاقیت و نوآوری در افراد و سازمان‌ها»، ماهنامه تدبیر، شماره ۱۵۲، سال پانزدهم.
- طالقانی، غلامرضا؛ انواری، علی؛ افتخاری، لیلا (۱۳۹۱). «رابطه بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی در یک شرکت بیمه»، پژوهشنامه بیمه، دوره ۲۷، شماره ۱.
- عالی، صمد (۱۳۸۰). «مدیریت اخلاقیت و نوآوری در سازمان»، ماهنامه تدبیر، شماره ۱۱۴.
- قاسمی، سیداحمدرضا (۱۳۸۰). «تحول فرهنگ سازمانی و استراتژی‌های کنترل»، ماهنامه تدبیر، شماره ۱۱۵.
- قلیچ‌لی، بهروز (۱۳۸۸). مدیریت دانش، تهران: انتشارات سمت.
- گلستان هاشمی، سیدمهدی (۱۳۹۰). «اخلاقیت و نوآوری سازمانی و فناورانه»، فصلنامه رهیافت، شماره ۲۶.
- محمدی، یوسف؛ محبی، علی؛ محمدی، یحیی (۱۳۹۲). «الگوی به‌کارگیری قابلیت‌های مدیریت دانش در دانش آفرینی و نوآوری‌های پلیسی»، فصلنامه آموزش در علوم انتظامی، سال اول، شماره ۱.
- میرفخرالدینی، حیدر؛ حاتمی‌نسب، سیدحسن؛ طالع‌فر، رضا (۱۳۸۹). «مدیریت دانش، نوآوری دانش و عملکرد نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط»، فصلنامه چشم‌انداز مدیریت بازرگانی، شماره ۲.
- نقی‌زاده، شعبان الهی (۱۳۸۹). «مدیریت دانش فن نوآوری، چارچوبی جدید برای مدیریت یکپارچه دانش. فن‌آوری و نوآوری»، فصلنامه توسعه تکنولوژی، سال دوم، شماره ۱۲.

- دهقان نجم، منصور (۱۳۸۹). «مدیریت دانش و نقش آن در نوآوری سازمانی»، ماهنامه مهندسی خودرو و صنایع وابسته، شماره ۱۰.
- یوسفی، احسان؛ فیضی، جعفرصادق؛ سلیمانی، محمد (۱۳۹۱). «بررسی میزان تأثیر مدیریت دانش بر نوآوری»، فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، سال اول، شماره ۳.

ب) منابع انگلیسی

- Bhatt, G. D. (2001). "Knowledge management in organizations: examining the interaction between technologies, techniques, and people", journal of knowledge Management, Vo1.5, No.1, pp. 68-75.
- Carolina Lopez-Nicolas, Angel L. Mero no Cerdan. (2011), Strategic Knowledge management, innovation and performance, International Journal of Information Management 31. 502-509.
- Dalkerk, k (2005) knowledge management in theory & practice, Elsevier butter worth Heinemann.
- Davenport, T. H. & L. Prusak. (1998). "Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know", Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Hall, B.H. and J. Mairesse. (2006). Empirical studies of innovation in the knowledge driven economy, Economics of Innovation and New Technology, p. 296.
- Hamalainen, T. J. & Heiskala, R., (2007). Social Innovations, Institutional Change and Economic Performance: Making Sense of Structural Adjustment Processes in Industrial Sectors, Regions and Societies. bodmin: Edward Elgar Publishing.
- Howells, J (1996). Tacit Knowledge, Innovation and Technology Transfer, in: TechnologyAnalysis & Strategic Management, 8(2), 91-106.
- Kamasak, R; Bulutlar, F. (2010). The influence of Knowledge sharing on innovation, European Business Review, vol. 22 No. 3, pp. 306-317.
- Mu ra, M.; Lettieri, E.; Radaelli, G. & Spiller, N. (2013). Promoting Professionals' Innovative Behaviour Through Knowledge Sharing: The Moderating Role of Social Capital. *Journal of Knowledge Management*, 17(4), pp. 527-544.
- Nonaka, I.A (1994). dynamic theory of organizational knowledge creation, *Organization Scienc*, 14-37.
- Perez, E. (1999). "Knowledge management in the library", Database

Magazine, Vol.22, No.2, p.75. London.

- Polanyi, M (1969). ,The Logic of Tacit Inference. Knowing and Being, Routledge&Keagan Paul, London.

- Poll, E. & Ville, S., (2009). Social Innovation: Buzz word or Enduring Term?. The Journal of Socio-Economics, Volume 38p. 878–885.

- Rod,c& Hall,(1998)."knowledge management practices and path – dependency in innovation" research policy, vol, 27.

- Scheepers, R., Venkitachalam, K., & Gibbs, M. R. (2004). Knowledge strategy in organizations: refining the model of Hansen, Nohria and Tierney. The Journal Of Strategic Information Systems 13 , 201-222.

- shyu,J.Z et al (2001). "a cross- nation comparative an analysis of innovation policy in the integrated circuit industry " technology in society,vol.23.

- Streatfield , D, & Wilson, T (1999). "Deconstructing Knowledge Management", Aslib Proceedings. (Mar) Sveiby. K 2001 “ knowledge based theory of the firm to to guide in strategy fonnulation” journal of intellected capital, 2(4).

- Sutton, R. I (1996). Hargadon, A, Brainstorming groups in context, Administrative Science Quarterly, 41 (4), 685-718.

- Vaccaro A, Parente R, Veloso FM. (2010). Knowledge management tools. Inter organizational relationships, innovation and firm performance. Technological Forecasting & Social Change; 77(7): 1076-1089.

- Yang J. (2010). The Knowledge management strategy and its effect on firm performance: A contingency analysis. International Jou.