



بررسی رابطه ظرفیت دانش داخلی و خارجی سازمان با هوشمندی استراتژیک

اصلان زارع

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت استراتژیک دانشگاه آزاد اسلامی خوراسگان، اصفهان، ایران

zare.aslan15@gmail.com

ایرج سلطانی

استادیار گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی خوراسگان، اصفهان، ایران

Soltani134@gmail.com

چکیده

تحقیق حاضر با هدف بررسی ظرفیت دانش داخلی و خارجی سازمان با هوشمندی استراتژیک انجام شد. روش پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر گردآوری داده‌ها توصیفی از نوع همبستگی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر را مدیران و کارشناسان ۳۰ سازمان، به تعداد ۳۰۰ نفر تشکیل داده‌اند که حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان ۲۶۹ نفر برآورد شد؛ و نمونه‌گیری به روش تصادفی طبقه‌ای انجام گردید. ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه محقق‌ساخته بود که روایی آن با استفاده از میان‌ه و نظریات علمی و نظر استاد راهنما به صورت محتوایی تعیین شد و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ به ترتیب برای هوشمندی استراتژیک ۰,۸۴ برای ظرفیت‌های دانش داخلی و خارجی ۰,۷۷ و در مجموع ۰,۸۹ برآورد شد. برای تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS ورژن ۲۲ استفاده گردید. نتایج پژوهش بیانگر آن است که رابطه معناداری بین متغیرهای پژوهش وجود دارد؛ و سازمان‌هایی که ظرفیت‌های دانش بالاتری دارند از هوش استراتژیک بالاتری نیز برخوردارند.

واژه‌های کلیدی

هوشمندی استراتژیک، هوش رقابتی، مدیریت دانش، هوش تجاری، ظرفیت‌های دانش داخلی و خارجی



۱- مقدمه

امروزه دانش به عنوان یک عامل رقابتی کلیدی در مدیریت در سطح جهان مطرح است که بدون توجه به این مقوله، سازمان‌ها قادر به ادامه بقا در شرایط سخت رقابتی نخواهند بود (نکودری و یعقوبی، ۱۳۹۰). تغییرات مستمر در محیط کسب و کار در سال‌های اخیر، سازمان‌ها را ملزم به نظارت بر محیط درون و بیرون خود و تجزیه و تحلیل اطلاعات حاصل از این تغییرات نموده است (حسینی و همکاران، ۱۳۹۱). استفاده از اطلاعات برای تصمیمات سریع و به موقع از سوی مدیران، عامل مهمی برای بقای سازمان‌ها محسوب می‌شود (ملکی، ۱۳۹۳) و سازمان‌ها به دلیل استفاده کم و ناقص از ظرفیت‌های دانش داخلی و خارجی، قادر نیستند با تحولات سازگار شده و از مزایای هوشمندی در سازمان خود بهره‌مند گردند. آنچه در دنیای امروز سازمان‌ها را با دنیای چند دهه قبل آنها متمایز می‌کند، محیط ناپایدار، رقابت جهانی و توسعه روزافزون ارتباطات و مبادلات سریع اطلاعات است (حکاک و شریعت نژاد، ۱۳۹۳). در گذر از عصر صنعتی به عصر دانش، لزوم و چگونگی ایجاد جوامع و سازمان‌های بر پایه دانش و نیز نحوه مدیریت و استفاده از منابع استراتژیک و ارزشمند، هوشمندی^۱ و دانش را در دستور کار دانشمندان مدیریت و سازمان قرار داده است (گاببر، ۲۰۰۷). در حال حاضر بسیاری از سازمان‌ها با انبوهی از اطلاعات مواجه هستند که بسیاری از این اطلاعات برای آنکه به اطلاعات مفید و موثر تبدیل شود نیاز به پردازش دارند. بکارگیری سیستم‌های مدیریت دانش^۲، هوش تجاری^۳ و هوش رقابتی^۴ هر کدام به نحوی به پردازش اطلاعات مورد نیاز سازمان کمک می‌کنند. اما بهره‌گیری از هم‌افزایی میان سه سیستم، منجر به خلق استراتژی‌های اثربخش و تصمیمات مناسب می‌گردد (فروغی، ۱۳۹۵). این سه مولفه در مباحث استراتژیک امروزی بعنوان هوش استراتژیک^۵ مطرح است. هوشمندی استراتژیک یکی از تکنیک‌های مهم در زمینه کسب و دریافت اطلاعات از محیط‌های درونی و بیرونی و تجزیه و تحلیل آن‌ها در راستای بهبود سرمایه‌های سازمانی است (جوهانسون، ۲۰۱۰). ظرفیت‌ها اغلب منابع نامشهودی هستند که مربوط به دانش خود سازمان بوده و در طول زمان بدست می‌آیند و به عنوان یک مانع داخلی برای شکست کسب و کار عمل می‌کنند (گروال و تنسوهاج، ۲۰۰۱).^۶ به نظر می‌رسد استفاده از ظرفیت‌های موجود دانش در سازمان مناسب‌ترین راه برای حصول به نتیجه مطلوب سازمانی است (ماسا و تستا، ۲۰۰۹).^۷ هوشمندی استراتژیک به طور گسترده با هوشمندی سازمانی، استراتژی‌های سازمان، منابع استراتژیک سازمان و مدیریت استراتژیک ارتباط دارد (ریچارد و راسل، ۲۰۰۷).^۸ برای تصمیم‌گیری صحیح در زمینه سرمایه‌های انسانی، ساختاری و ارتباطی در سازمان، باید عوامل مؤثر بر آن‌ها را شناسایی کرد تا بدین وسیله، امکان به‌کارگیری صحیح دارایی‌های دانش را با توجه به اهداف و شرایط محیطی فراهم کرد. بدیهی است لازمه انجام دادن این کار طراحی و به‌کارگیری شاخص‌ها و ابزارهای هوشمندانه مناسب با هدف توسعه ظرفیت‌های دانشی نظیر هوشمندی استراتژیک است (داود و یوسف، ۲۰۱۱).^۹

نظر به اهمیت دانش سازمانی و ظرفیت‌های آن و هوش استراتژیک برای بقا و موفقیت سازمان‌ها و با توجه به اینکه بررسی پایگاه‌های تحقیقاتی و علمی در دسترس بیانگر این مسئله بودند که پژوهش‌های پیشین صورت گرفته در مورد هوشمندی

¹ Intelligence

² gabber

³ knowledge management

⁴ Business Intelligence

⁵ Competitive intelligence

⁶ Strategic intelligence

⁷ Grewal & Tansuhaj

⁸ Massa&Testa

⁹ Richard & Russell



استراتژیک بیشتر بر روی فرآیند هوشمندی استراتژیک گردآوری، تجزیه و تحلیل و توزیع اطلاعات هوشمندی استراتژیک و تعریف مؤلفه‌ها متمرکز بوده و به ارتباط مؤلفه‌های تشکیل دهنده این هوشمندی با مقوله دانش سازمانی پرداخته نشده است؛ پرداختن به پژوهش حاضر ضروری به نظر می‌رسد.

۲- مبانی نظری تحقیق

۲-۱- ظرفیت‌های دانش سازمانی^{۱۰}

ظرفیت سازمانی توان بالقوه هر سازمان در به کارگیری موفقیت آمیز مهارت‌ها و منابع سازمانی برای دستیابی به اهداف سازمان و برآورده کردن انتظارات مشتریان است (فروزنده و همکاران، ۱۳۹۳). ظرفیت دانش یک فرآیند نظام‌مند درک، پذیرش و قابلیت اجرایی یک سازمان، برای استفاده بهتر از دانش برای دستیابی به مزیت رقابتی پایدار و کارایی بالا بوده و فرصت خوبی را برای دستیابی به رشد قابل توجه عملکرد انسان و افزایش قابلیت رقابت سازمان فراهم می‌کند. ظرفیت دانش چند رشته‌ای بوده و مفاهیم مورد استفاده در مدیریت استراتژیک، نظریه سازمان و مدیریت سیستم‌های اطلاعاتی را ادغام کرده و همچنین بر یک رویکرد رسمی و یکپارچه برای مدیریت دارایی‌های اطلاعات نامشهود سازمان تاکید دارد (البرز و ترنیداد، ۲۰۱۲). ظرفیت دانش هم شامل منابع دانش وهم توانایی‌های اجرایی دانش است که می‌تواند ظرفیت دانش را به طور کامل تر منعکس کند (نینگ و همکاران، ۲۰۰۶). ظرفیت دانش یک فرآیند سیستماتیک درک، پذیرش و قابلیت اجرایی یک سازمان، برای استفاده بهتر از دانش برای دستیابی به مزیت رقابتی پایدار و کارایی بالا است. ظرفیت دانش چند رشته‌ای بوده و مفاهیم مورد استفاده در مدیریت استراتژیک، نظریه سازمان و مدیریت سیستم‌های اطلاعاتی را ادغام می‌کند و همچنین بر یک رویکرد رسمی و یکپارچه برای مدیریت دارایی‌های اطلاعات نامشهود سازمان تاکید دارد (البرز و ترنیداد، ۲۰۱۲). سازمان‌ها ظرفیت‌های داخلی متعددی دارند که توانایی‌های سازمانی تا منابع نوآوری را شامل می‌شوند. این منابع اساسا با دانش در ارتباط بوده و شامل سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه و کارکنان ماهر، سرمایه سازمانی و ظرفیت شبکه هستند. منابع دانش خارجی نیز شامل این موارد است: همکاری عمودی ((تامین‌کنندگان و مصرف‌کنندگان))، همکاری افقی ((موسسات پژوهشی و تجاری و شرکت‌های مشاوره، آزمایشگاه‌های خصوصی و مشاوران، دانشگاه‌ها و موسسات آموزشی، موسسات تحقیقاتی عمومی و غیر-انتفاعی)) و همکاری رقبا (مارتینز و همکاران، ۲۰۱۸)^{۱۱}.

ظرفیت دانش داخلی^{۱۲} اساسا با دانش در ارتباط بوده و شامل سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه و کارکنان ماهر و همین‌طور سرمایه سازمانی و ظرفیت شبکه هستند. ظرفیت دانش داخلی در این پژوهش با استفاده از شاخص‌ها و مؤلفه‌های شدت تحقیق و توسعه و سرمایه انسانی سنجیده شده است. شدت تحقیق و توسعه، نسبت هزینه‌های سازمان در تحقیق و توسعه به میزان فروش است (مارتینز و همکاران، ۲۰۱۸). در تعریفی دیگر متغیر شدت نسبت مخارج تحقیق و توسعه به تولید ناخالص داخلی است (شاه آبادی و حیدری، ۱۳۹۵). فعالیت‌های تحقیق و توسعه در مجموع شامل دو مدل اصلی می‌شود. در یک مدل، وظیفه اصلی یک گروه تحقیق و توسعه، توسعه و دستیابی به محصول جدید است؛ در مدل دیگر، وظیفه اصلی گروه تحقیق و

¹⁰ Organizational Knowledge Capabilities

¹¹ Martinez and et al

¹² Internal Capabilities Of Knowledge



توسعه عبارت از ساخت و کشف دانش نوین پیرامون عناوین علمی و فناورانه به منظور توسعه محصولات، فرایندها و خدمات ارزشمند و جدید است (اورتگا و همکاران، ۲۰۱۱).

سرمایه انسانی یک زیر مجموعه از ظرفیت بوده که از ظهور دانش، مهارت‌ها، توانایی‌ها و سایر ویژگی‌های افراد ایجاد شده و به عنوان یک زیرشاخه از ظرفیت که از دانش افراد مهارت‌ها، توانایی‌ها و ویژگی‌های دیگر ایجاد شده است، نیز تعریف می‌شود (مارتینز و همکاران، ۲۰۱۸). به دلیل اینکه سرمایه انسانی منبع خلاقیت در سازمان است، مهم‌ترین نوع دارایی‌های دانشی یا فکری در سازمان محسوب می‌شود (روس، ۱۹۹۷). این متغیر عبارت از درصد کارکنان ارشد ماهر در تحقیق و توسعه است (سانچز و همکاران، ۲۰۱۸). ظرفیت دانش خارجی^{۱۳} با توانمندسازی شرکت‌ها در دسترسی به پایگاه‌های جدید و مرتبط و شایستگی‌ها، احتمالاً ریسک شکست شرکت‌ها را کاهش می‌دهد. ظرفیت دانش خارجی با مؤلفه‌هایی مانند همکاری عمودی ((تامین‌کنندگان و مصرف‌کنندگان))، همکاری افقی ((موسسات پژوهشی و تجاری و شرکت‌های مشاوره، آزمایشگاه‌های خصوصی و مشاوران، دانشگاه‌ها و موسسات آموزشی، موسسات تحقیقاتی عمومی و غیرانتفاعی)) و همکاری رقبا شناخته می‌شوند (مارتینز و همکاران، ۲۰۱۸). همکاری عمودی با تامین‌کنندگان و مشتریان، شرکت‌ها را برای مهارت‌های مختلف، اشتراک منابع تکمیلی، به‌روزرسانی و اصلاح برنامه‌های یادگیری و دسترسی به اطلاعات بازار توانمند می‌سازد (والش و ناگا اوکا، ۲۰۱۶).^{۱۴} همکاری با تامین‌کنندگان برای بهبود بهره‌وری و تکمیل پایگاه سازمان موثر بوده و همچنین محققین مزایای همکاری با مصرف‌کنندگان را در فعالیت‌های ایجاد ارزش نشان داده‌اند. همچنین همکاری با مشتریان راغب (لید) به عنوان منبع مهم نوآوری برای سازمان‌ها، به ویژه در بازارهای سریع و پر تحرک توصیف شده‌اند (مارتینز و همکاران، ۲۰۱۸). دانشگاه-ها، همراه با واسطه‌های نوآوری و مشاوران، آژانس‌های دولتی و بنگاه‌های صنایع دیگر به عنوان شرکای افقی به حساب می‌آیند (استفان و بنجستون ۲۰۱۷).^{۱۵} همکاری با دانشگاه‌ها و موسسات تحقیقاتی می‌تواند دسترسی به تکنولوژی‌های متنوع و پیشرفته را فراهم کند. همچنین همکاری با واسطه‌های نوآوری انگیزه دستیابی به اهداف جدید را افزایش داده و زمان رسیدن به توسعه را کاهش می‌دهد (مارتینز و همکاران، ۲۰۱۸). سازمان‌ها نقش مهمی در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها برعهده دارند. با این وجود، بسیاری از شرکت‌ها از لحاظ امکانات مالی، منابع فیزیکی و مدیریتی کمبودهای مهمی دارند. یکی از راه‌های رفع این کمبودها روی آوردن این شرکت‌ها به اتحادهای استراتژیک (همکاری رقبا) با شرکت‌های دیگر است. همکاری رقبا را می‌توان همکاری بین دو یا چند شرکت با اهداف مشخص و معین برای ارتقای موقعیت تجاری در بازار، به وسیله منابع مشترک تعریف کرد. همکاری نزدیک و تعهد مداوم باعث تحکیم اتحادهای رقبا و ایجاد وضعیت برد-برد برای شرکای اتحاد می‌شود (کریمی فرد، ۱۳۸۸). همکاری با رقبا به شرکت‌ها کمک می‌کند تا سریع در بازار نفوذ کنند (ونبیرز و زند، ۲۰۱۴).^{۱۶} و به توانایی‌های تکنولوژی که می‌تواند دشوار، وقت‌گیر و هزینه‌ای برای توسعه باشد دسترسی پیدا کنند (مارتینز و همکاران، ۲۰۱۸). تجربه نشان داده است که برای موفقیت در بازارهای جهانی، شنیدن موثر صدای بازار و هماهنگی درون زنجیره تولید کفایت نمی‌کند. در برخی موارد لازم است تا برای کسب کارایی جمعی، تولیدکننده با رقبای خود وارد همکاری شود.

۴

¹³ External Capabilities Of Knowledge

¹⁴ Walsh & Nagaoka

¹⁵ Stefan & Bengtsson

¹⁶ Van Beers & Zand,



هوش استراتژیک اغلب با مفاهیمی همچون داده، اطلاعات، هوش و دانش در تعامل است و در حوزه تصمیمات استراتژیک نقش کلیدی ایفا می کند (حق شناس گرگابی و خسروی، ۱۳۹۵). هوشمندی استراتژیک شامل جمع آوری، پردازش و تجزیه و تحلیل داده های محیطی و انتشار این اطلاعات که در ارتباط استراتژیک با داخل و خارج از سازمانند، تعریف شده است (کواسا، ۲۰۱۱). در تعریفی دیگر، هوشمندی استراتژیک با غنی سازی هوش درونی و بیرونی از مدیریت دانش، هوش تجاری و هوش رقابتی برای کمک به افزایش مأموریت استراتژیک و و دیدگاه سازمان ایجاد می شود. یک سازمان در تلاش برای جلب رضایت کارکنان خود و روحیه آنها به شیوه های متفاوت است. برآورد کارمندان از طریق راهکار هوش تجاری با استفاده از یک انبار داده هدایت و تحلیل می شود. اصول مدیریت دانش برای نشان دادن ساختار تشخیص و امتیازدهی و نیاز آن به اجرا و تشویق پرورش فرهنگ اشتراک دانش اجرا می شود. از هوش رقابتی استفاده می شود تا مشخص شود چگونه بخش های مورد مطالعه در سازمان به اندازه سازمان های دیگر در صنعت، رضایت کارکنان و انگیزه را بهبود بخشیده اند (اشتر و همکاران، ۱۳۹۴). هوشمندی استراتژیک در این پژوهش شامل سه بعد مدیریت دانش، هوش تجاری و هوش رقابتی می شود (دانپورت و پروساک، ۱۹۹۸). مدیریت دانش^{۱۷} فرآیندی است که سازمان ها را در یافتن، گزینش، سازماندهی، انتشار و انتقال اطلاعات برای فعالیت های همچون حل مشکل، یادگیری پویا، برنامه ریزی استراتژیک و تصمیم گیری یاری می دهد (نکودری و یعقوبی، ۱۳۹۰). مدیریت دانش در برگیرنده فرایند ترکیب بهینه دانش و اطلاعات در سازمان و ایجاد محیطی مناسب برای تولید، تسهیم و به کارگیری دانش و تربیت نیروهای انسانی خالق و نوآور است (صفاجو و همکاران، ۱۳۹۴). هوش تجاری^{۱۸} یک فلسفه مدیریتی و ابزاری برای کمک به سازمان ها برای مدیریت و تصفیه اطلاعات کسب و کار با هدف اتخاذ تصمیم کارا در محیط کسب و کار است (روحانی و زارع، ۱۳۹۱). اصطلاح هوش تجاری می تواند برای دو مفهوم زیر به کار رود: ۱- اطلاعات و دانش مرتبط سازمان که محیط کسب و کار، سازمان، شرایط بازار، مشتری، رقبا و ذینفعان و ملاحظات اینچنینی را توصیف می نماید. ۲- فرایندهای سیستماتیکی که به وسیله سازمان در جهت اکتساب، تحلیل و توزیع اطلاعات برای تصمیم گیری در مورد کسب و کار به کار گرفته می شود (قلندری و خاجوی، ۱۳۹۴). هوشمندی رقابتی^{۱۹} به معنای نظارت هدفمند و هماهنگ بر رقبای خود و شناسایی آنها در چارچوب یک بازار مشخص است و در واقع فرایند بکارگیری شیوه های قانونی و اخلاقی برای کشف، تهیه و تحویل به موقع اطلاعات مورد نیاز به تصمیم گیرندگانی است که می خواهند توان رقابتی کسب و کار خود را افزایش دهند (مشبکی و همکاران، ۱۳۹۰). همچنین هوشمندی رقابتی به قابلیت رمزگشایی و از میان برداشتن شکاف های شایستگی و ارزشی بین یک شرکت و رقبایش اشاره دارد (توان، ۲۰۱۵)^{۲۰} و به عنوان یک فرآیند یا برنامه اخلاقی و نظام مند در نظر گرفته شده است که وظیفه جمع آوری، تجزیه و تحلیل و مدیریت اطلاعات محیط بیرونی را بر عهده دارد (کالوف، ۲۰۱۷)^{۲۱}.

۲-۳- مدل مفهومی پژوهش

مدل مفهومی این پژوهش با مطالعه کتابها مقالات و پژوهش های پیشین و به صورت ترکیبی از دو مدل ارائه شده است. برای تدوین بخش هوشمندی استراتژیک از مدل (کروگر، ۲۰۱۱) و برای بخش ظرفیت های دانش سازمان از مدل (سانچز، ۲۰۱۸) استفاده شده که در شکل شماره ۱ نشان داده شده است.

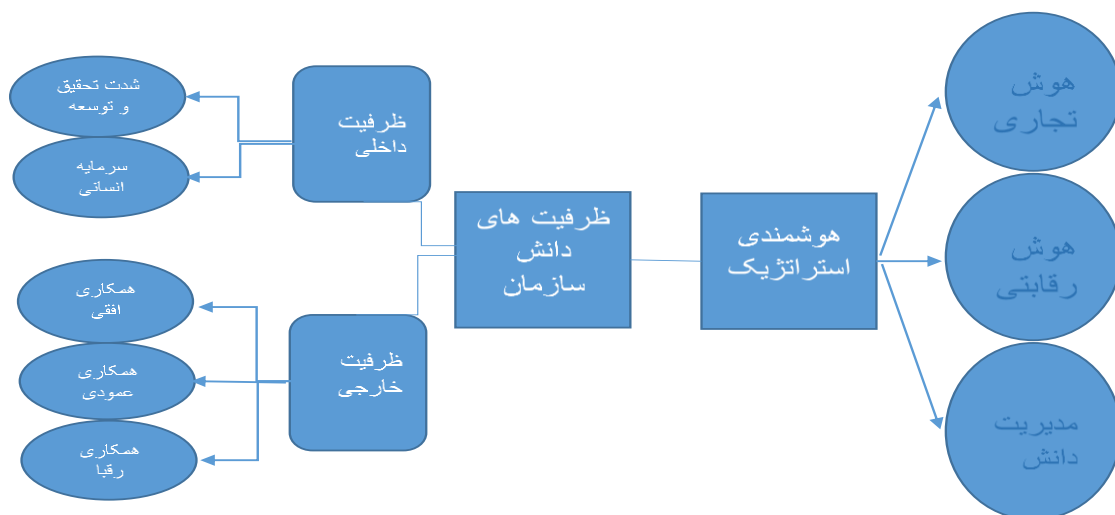
¹⁷ knowledge management

¹⁸ Business Intelligence

¹⁹ Competitive Intelligence

²⁰ Ross et al

²¹ Calof



شکل شماره ۱، مدل مفهومی پژوهش

۴-۲- پیشینه پژوهش

در ادامه، خلاصه ای از پژوهش های پیشین در جدول شماره ۱ آورده شده است.

جدول شماره ۱: خلاصه ای از تحقیقات انجام شده داخل و خارج از کشور

شماره	محقق و سال	عنوان تحقیق	نتایج کلیدی
۱	مارتینز و همکاران (۲۰۱۸)	چه چیزی باعث شکست کسب و کار می شود؟ بررسی نقش ظرفیت های دانش داخلی و خارجی در طی بحران مالی جهان.	سرمایه گذاری در تحقیق و توسعه باعث بهبود ظرفیت های یادگیری سازمان شده و سازمان ها را برای توسعه ظرفیت ها سازمانی توانمند می سازد.
۲	سانچز و همکاران (۲۰۱۸)	آیا بحران مالی جهان بر روی عملکرد سازمان تاثیر گذار است؟ نقش ظرفیت های دانش داخلی و خارجی بر تکنولوژی صنایع.	حفظ ظرفیت های دانش داخلی و خارجی سازمان ها را برای کاهش اثرات بحران مالی توانمند می سازد.
۳	فلور و همکاران (۲۰۱۷)	جستجوی دانش خارجی، ظرفیت جذب و نوآوری رادیکال در شرکت ها با نوآوری بالا.	فرآیندهای داخلی برای جذب دانش خارجی به نوآوری کمک می کند.
۴	مکی و هس (۲۰۱۵)	روابط عمومی به عنوان یک هوش استراتژیک برای قرن ۲۱: زمینه ها اختلافات و چالش ها.	هوش استراتژیک برای مدیریت کاهش نامنی لازم است.
۵	ارکوس (۲۰۱۵)	بررسی روابط عمومی هوش استراتژیک: تجزیه تحلیل اطلاعات، ارتباطات و نفوذ.	هوش استراتژیک برای پاسخ سازمانی متفکرانه به شرایط در حال تغییر و همچنین حل مشکلات محیطی یا ذینفعان ضروری است.
۶	فندکلی و	عملکرد نوآوری سازمانی و ظرفیت مدیریت دانش	بکارگیری اصول استراتژیک منابع انسانی تاثیر معناداری بر عملکرد نوآوری سازمانی و ظرفیت



	مدیریت دانش دارد.	با نقش مرکزی فعالیت منابع انسانی استراتژیک.	همکاران (۲۰۱۵)
۷	تاکید بر اهمیت انتخاب اشکال مناسب استدلال برای مشکلات خاص در فرایند هوش استراتژیک.	رویکردهای مختلف مدیریت الگو و هوش استراتژیک.	کواسا (۲۰۱۱)
۸	هوش استراتژیک به عنوان جزء مهمی از تصمیم گیری استراتژیک بوده و می تواند اطلاعات بسیار خوبی را برای مدیریت فراهم نموده تا منجر به ایجاد مزیت رقابتی و نوآوری برای آنها شود.	مطالعه هوش استراتژیک به عنوان ابزار مدیریت استراتژیک در صنعت بیمه های بلند مدیت آفریقای جنوبی.	کروگر (۲۰۱۰)
۹	ظرفیت های دانش هم شامل دارایی های دانش و هم ظرفیت های عملی دانش است. ظرفیت دانش پویا بوده و این به این معناست که همراه با تغییرات محیطی سازگاری پیدا می کند.	ظرفیت دانش: یک مدل تعریف و تحقیق.	نینگ و همکاران (۲۰۰۶)
۱۰	ظرفیت های داخلی تحقیق و توسعه (شدت تحقیق و توسعه و پرسنل مجرب) در افزایش عملکرد نوآورانه اهمیت زیادی دارند.	ظرفیت های داخلی و منابع دانش خارجی: مکمل یا جایگزین برای عملکرد نوآورانه است؟	کالوکیرو و همکارانش (۲۰۰۴)
۱۱	استخراج دانش و ظرفیت جذب موضوعی پیچیده بوده و به تکنیک های تجربی پیچیده نیاز دارد تا حتی درک ساده ای از آنچه در حال وقوع است، داشته باشد.	اهمیت منابع دانش داخلی و خارجی در عملکرد سازمان.	پدرسن و همکاران (۲۰۰۳)
۱۲	نتایج پژوهش نشانگر آن است که مدیریت دانش بر ارتقاء سازمانی تاثیرگذار است.	ارتقاء ظرفیت سازمانی؛ بررسی نقش مدیریت دانش	دنیایی (۱۳۹۸)
۱۳	هوش استراتژیک بر ظرفیت تغییر سازمانی در سازمان های ورزشی تأثیر معنی داری دارد و توجه به هوش استراتژیک مدیران و آماده سازی محیط حقوقی مناسب ظرفیت تغییر سازمانی را افزایش خواهد داد.	نقش میانجی محیط حقوقی در تأثیر هوش استراتژیک بر ظرفیت تغییر سازمانی در سازمان های ورزشی.	فرید فتحی و همکاران (۱۳۹۷)
۱۴	نتایج پژوهش حاکی از آن بود که اندازه سازمانی ظرفیت تولید دانش درونی را افزایش می دهد اما تأثیری بر روی جذب دانش خارجی جدید ندارد.	تأثیر ظرفیت های گوناگون انباشتگی دانش و اندازه سازمان بر عملکرد نوآوری تدریجی و رادیکال.	قوامی و نجفی (۱۳۹۶)
۱۵	نتایج نشان داد که ظرفیت های دانش در سازمان آموزش فنی و حرفه ای شامل مدیریت دانش آفرینی، ظرفیت های فناورانه سازمانی، ظرفیت های اجتماعی و ظرفیت های فکری سازمانی است.	شناسایی ابعاد و مولفه های ظرفیت های دانش سازمانی در سازمان آموزش فنی و حرفه ای بر اساس رویکرد برخاسته از داده ها.	طلایی راد و طاهری (۱۳۹۶)
۱۶	نتایج پژوهش نشان دهنده تأثیر مثبت و معنادار	بررسی تأثیر هوشمندی استراتژیک بر سرمایه های	و وحدتی



	همکاران (۱۳۹۶)	انسانی، ساختاری و ارتباطی در صنعت بیمه.	هوشمندی استراتژیک بر سرمایه های انسانی، ساختاری و ارتباطی است.
۱۷	هرندی (۱۳۹۶)	بررسی تأثیر هوشمندی استراتژیک بر استراتژی سازی مبتنی بر بداهه و عملکرد چابک در شرکت های دانش بنیان حوزه فناوری اطلاعات.	یافته های حاصل از این پژوهش بر لزوم هوشمند سازی سازمان های امروزی که در محیطی پیچیده در حال فعالیت می باشند، تأکید می نماید.
۱۸	موسوی و همکاران (۱۳۹۶)	بررسی میزان تاثیر بکارگیری ظرفیت های مدیریت دانش در پیشرفت و ترقی فعالیت های آتی سازمان.	یافته های حاصل از پژوهش حاضر، حاکی از آن است که بین استفاده از ظرفیت های مدیریت دانش و پیشرفت و تعالی سازمان رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد
۱۹	فروغی و همکاران (۱۳۹۵)	بررسی رابطه هوش استراتژیک مدیران عملیاتی با اثر بخشی تیم های خودگردان شرکت فولاد مبارکه.	نتایج پژوهش بیان گر این مطلب است که هوش استراتژیک تغییرات اثر بخشی تیم های خودگردان را تبیین می کند و از بین فرضیه های فرعی، تاثیر هوش تجاری و مدیریت دانش بر اثربخشی تیم های خودگردان تایید شده ولی تاثیر هوش رقابتی بر اثربخشی تیم های خودگردان مورد تایید قرار نگرفته است.
۲۰	گرگابی و خسروی (۱۳۹۵)	بررسی نظری نقش هوشمندی استراتژیک در توسعه تفکر استراتژیک سازمانی.	هوشمندی استراتژیک نقش مهمی در توسعه تفکر استراتژیک داشته و ابعاد هوشمندی استراتژیک شامل هوش تجاری، هوش رقابتی و مدیریت دانش و همینطور انواع هوشمندی استراتژیک برای توسعه و بهبود تفکر استراتژیک نقش بسزایی دارد.
۲۱	حکاک و شریعت نژاد (۱۳۹۳)	اولویت بندی عوامل موثر بر هوشمندی استراتژیک یک سازمان دانش بنیان.	در سازمان های دانش بنیان هوشمندی منابع انسانی برای هوشمندی استراتژیک درون سازمانی و هوشمندی مشتریان برای هوشمندی استراتژیک برون سازمانی از بیشترین اهمیت برخوردارند.
۲۲	ملکی (۱۳۹۲)	شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر هوش استراتژیک در صنعت خودروسازی.	ساختار شبکه ای بیشترین اهمیت را در میان سایر عوامل دارد و به ترتیب ارشدیت، رسمیت، تمرکز و سلسله مراتبی از اولویت کمتری برخوردار هستند.
۲۳	حسینی و همکاران (۱۳۹۱)	طراحی مدلی برای اندازه گیری هوشمندی استراتژیک سازمانی و اندازه گیری میزان آن در بین شرکت های استفاده کننده از نرم افزارهای هوشمندی کسب و کار در ایران.	هوشمندی استراتژیک از طریق هوشمندی درون و برون سازمانی اندازه گیری می شود. همچنین، متوسط بودن میزان هوشمندی استراتژیک در سازمان های ایرانی، لزوم درک بهتر و پیاده سازی بهینه این نوع سیستم ها را بیان می کند
۲۴	پوری (۱۳۹۰)	بررسی رابطه ی ظرفیت مدیریت دانش و مدیریت	اهمیت نقش مدیریت دانش در مدیریت استراتژیک برای تحقق بهتر اهداف سازمان و ارتقاء سطح عملکرد



و کسب مزیت رقابتی پایدار را در دنیای پویا و در حال تغییر.	استراتژیک منابع انسانی در استان گلستان.		
در میان ابعاد مدیریت دانش، تسهیم و انتقال دانش به همراه کسب دانش و ذخیره دانش، به عنوان مهمترین زیرمعیارها انتخاب و در میان اجزای سرمایه فکری نیز سرمایه رابطه‌ای و سرمایه انسانی از قوت بیشتری نسبت به سایر متغیرها برخوردار بودند.	بررسی نقش مدیریت دانش و سرمایه‌های فکری بر کسب مزیت رقابتی.	علیقلی و همکاران (۱۳۹۰)	۲۵
نتایج تحقیق نشان داد که با توجه به تفاوت ماهیت و کارکرد این دو مفهوم، سازمان‌ها برای انجام پروژه‌های مدیریت دانش نیازمند تدوین استراتژی مدیریت دانش و استراتژی دانش خود به صورت جداگانه می‌باشند.	بررسی الگوهای استراتژی مدیریت دانش و استراتژی دانش در سازمان‌ها.	رضاییان و همکاران (۱۳۸۸)	۲۶

۲-۵- فرضیه‌های تحقیق

فرضیه اصلی

بین ظرفیت دانش داخلی و خارجی سازمان با هوش استراتژیک ارتباط معناداری وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی

۱. بین ظرفیت دانش داخلی سازمان با هوش تجاری ارتباط معناداری وجود دارد.
۲. بین ظرفیت دانش داخلی سازمان با هوش رقابتی ارتباط معناداری وجود دارد.
۳. بین ظرفیت دانش داخلی سازمان با مدیریت دانش ارتباط معناداری وجود دارد.
۴. بین ظرفیت دانش خارجی سازمان با هوش رقابتی ارتباط معناداری وجود دارد.
۵. بین ظرفیت دانش خارجی سازمان با هوش تجاری ارتباط معناداری وجود دارد.
۶. بین ظرفیت دانش خارجی سازمان با مدیریت دانش ارتباط معناداری وجود دارد.
- ۷.

۳- روش تحقیق

پژوهش حاضر از حیث هدف کاربردی و از نوع روش، میدانی و از نوع توصیفی و همبستگی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر را کارشناسان و مدیران ۳۰ سازمان و به تعداد ۳۰۰ نفر تشکیل داده‌اند. برای تعیین حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان، تعداد ۲۶۹ نمونه برای جامعه با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده از جامعه آماری انتخاب شد. روش گردآوری



اطلاعات این پژوهش کتابخانه‌ای و میدانی می‌باشد. روش کتابخانه‌ای به جمع‌آوری ادبیات و سوابق پژوهشی انجام گرفته در داخل و خارج از کشور پرداخته و در روش میدانی به منظور توزیع پرسشنامه، جهت استخراج یافته‌های مناسب با سوالات تحقیق و نتیجه‌گیری در مورد سوالات تحقیق در قلمرو مکانی تحقیق انجام شده است. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه محقق ساخته بوده است که براساس طیف پنج‌گانه لیکرت تنظیم شده است. طیف‌های پرسشنامه شامل خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد می‌باشد. پرسشنامه شامل ۴۲ سوال می‌باشد که مولفه‌های ظرفیت‌های دانش داخلی و خارجی سازمان با هوش استراتژیک را می‌سنجد. برای تعیین اعتبار پرسشنامه روش‌های متعددی وجود دارد که در این تحقیق جهت تعیین اعتبار از سه روش ۱- اعتبار محتوا، ۲- روایی صوری و ۳- روایی سازه (تحلیل عاملی تاییدی) استفاده گردید. اعتبار محتوای پرسشنامه از آنجا که توسط استاد راهنما و چند نفر از متخصصین عرصه مدیریت مورد تایید قرار گرفته است، از اعتبار محتوایی لازم برخوردار می‌باشد. اعتبار صوری که توسط چند نفر از پاسخگویان مورد تایید قرار گرفته است، از روایی صوری لازم برخوردار می‌باشد. با توجه به اینکه پرسشنامه‌های مورد استفاده در این پژوهش، از نوع پرسشنامه محقق ساخته می‌باشد نیاز به روایی سازه از نوع تحلیل عاملی تاییدی داشته بنابراین جهت روایی سازه از نرم‌افزار AMOS24 استفاده گردید. به منظور تعیین پایایی پرسشنامه‌ها، از روش آلفای کرونباخ استفاده گردید. روش آلفای کرونباخ برای محاسبه همبستگی درونی پرسشنامه به کار می‌رود. هرچه ضرایب به دست آمده درونی به یک نزدیکتر باشند، بیانگر پایایی بیشتر ابزار سنجش است. ضریب آلفای کرونباخ بدست آمده برای پرسشنامه‌ها ۸,۹ می‌باشد که نشان‌دهنده آن است که پرسشنامه‌ها از پایایی لازم برخوردارند. جهت تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده در پژوهش حاضر، همزمان برای توصیف و تبیین وضعیت موجود از آمار توصیفی، جهت بررسی نرمال بودن متغیرهای اصلی پژوهش از آزمون کولموگروف اسمیرنوف؛ و جهت سنجش همبستگی ظرفیت دانش داخلی و خارجی سازمان با هوشمندی استراتژیک، از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. همچنین محاسبات با استفاده از نسخه ۲۰ نرم افزار SPSS انجام شده است.

۴- یافته‌های پژوهش

۴-۱- نتایج توصیفی

نتایج بدست آمده در مورد جنسیت پاسخ دهنده‌ها نشان داد که از بین ۲۶۷ نفر پاسخ دهنده به پرسشنامه از نظر وضعیت جنسی، بیشترین تعداد پاسخگویان ۱۷۶ نفر معادل ۶۵/۷ درصد مرد بوده‌اند. وضعیت میزان تحصیلات پاسخگویان نشان دهنده آن است که از بین ۲۶۷ نفر پاسخ دهنده به پرسشنامه از نظر وضعیت میزان تحصیلات، بیشترین تعداد پاسخگویان ۱۲۸ نفر معادل ۴۷/۸ درصد دارای میزان تحصیلات لیسانس بوده‌اند. وضعیت سابقه فعالیت در سازمان نشان دهنده آن است که از بین ۲۶۷ نفر پاسخ دهنده به پرسشنامه از نظر وضعیت سابقه فعالیت در سازمان، بیشترین تعداد پاسخگویان ۱۰۶ نفر معادل ۳۹/۶ درصد دارای سابقه بالای ۵ سال بوده‌اند. وضعیت شغل پاسخگویان نشان دهنده آن است که از بین ۲۶۴ نفر پاسخ دهنده به پرسشنامه از نظر وضعیت شغل، بیشترین تعداد پاسخگویان ۱۸۹ نفر معادل ۷۰/۵ درصد به عنوان کارشناس بوده‌اند.

۴-۲- نتایج استنباطی

نتایج مربوط به بررسی فرضیه اول نشان داد که مقدار آماره پیرسون (۰/۸۸۲) در سطح کمتر از ۰/۰۱ معنادار است و بر اساس ضریب تعیین (۴) بدست آمده ۷۷/۷ درصد واریانس " ظرفیت دانش داخلی" و " هوش تجاری" مشترک بوده است بنابراین می‌توان چنین ادعان نمود که رابطه میان متغیرهای فوق در سطح اطمینان ۰/۹۵ معنی دار است. به عبارت دیگر فرض صفر



رد می شود و فرض محقق پذیرفته می شود بنابراین " ظرفیت دانش داخلی" و " هوش تجاری" مشترک رابطه معناداری وجود دارد به طوری که جهت رابطه مثبت و شدت رابطه قوی می باشد به عبارتی هر اندازه " ظرفیت دانش داخلی" بالاتر باشد میزان " هوش تجاری" در سازمان هم افزایش خواهد یافت.

نتایج مربوط به بررسی فرضیه دوم نشان داد که مقدار آماره پیرسون ($0/843$) در سطح کمتر از $0/01$ معنادار است و بر اساس ضریب تعیین (R^2) بدست آمده 71 درصد واریانس " ظرفیت دانش داخلی" و " هوش رقابتی" مشترک بوده است بنابراین می توان چنین اذعان نمود که رابطه میان متغیرهای فوق در سطح اطمینان $0/95$ معنی دار است. به عبارت دیگر فرض صفر رد می شود و فرض محقق پذیرفته می شود. بنابراین " ظرفیت دانش داخلی" و " هوش رقابتی" مشترک رابطه معناداری وجود دارد به طوری که جهت رابطه مثبت و شدت رابطه قوی می باشد به عبارتی هر اندازه " ظرفیت دانش داخلی" بالاتر باشد میزان " هوش رقابتی" در سازمان هم افزایش خواهد یافت.

نتایج مربوط به بررسی فرضیه سوم نشان داد که مقدار آماره پیرسون ($0/799$) در سطح کمتر از $0/01$ معنادار است و بر اساس ضریب تعیین (R^2) بدست آمده $63/8$ درصد واریانس " ظرفیت دانش داخلی" و " مدیریت دانش" مشترک بوده است؛ بنابراین می توان چنین اذعان نمود که رابطه میان متغیرهای فوق در سطح اطمینان $0/95$ معنی دار است. به عبارت دیگر فرض صفر رد می شود و فرض محقق پذیرفته می شود بنابراین " ظرفیت دانش داخلی" و " مدیریت دانش" مشترک رابطه معناداری وجود دارد به طوری که جهت رابطه مثبت و شدت رابطه قوی می باشد به عبارتی هر اندازه " ظرفیت دانش داخلی" بالاتر باشد میزان " مدیریت دانش" در سازمان هم افزایش خواهد یافت.

نتایج مربوط به بررسی فرضیه چهارم نشان داد که مقدار آماره پیرسون ($0/732$) در سطح کمتر از $0/01$ معنادار است و بر اساس ضریب تعیین (R^2) بدست آمده $53/5$ درصد واریانس " ظرفیت دانش خارجی" و " هوش تجاری" مشترک بوده است بنابراین می توان چنین اذعان نمود که رابطه میان متغیرهای فوق در سطح اطمینان $0/95$ معنی دار است. به عبارت دیگر فرض صفر رد می شود و فرض محقق پذیرفته می شود بنابراین " ظرفیت دانش خارجی" و " هوش تجاری" مشترک رابطه معناداری وجود دارد به طوری که جهت رابطه مثبت و شدت رابطه قوی می باشد به عبارتی هر اندازه " ظرفیت دانش خارجی" بالاتر باشد میزان " هوش تجاری" در سازمان هم افزایش خواهد یافت.

نتایج مربوط به بررسی فرضیه پنجم نشان داد که مقدار آماره پیرسون ($0/806$) در سطح کمتر از $0/01$ معنادار است و بر اساس ضریب تعیین (R^2) بدست آمده $64/9$ درصد واریانس " ظرفیت دانش خارجی" و " هوش رقابتی" مشترک بوده است بنابراین می توان چنین اذعان نمود که رابطه میان متغیرهای فوق در سطح اطمینان $0/95$ معنی دار است. به عبارت دیگر فرض صفر رد می شود و فرض محقق پذیرفته می شود بنابراین " ظرفیت دانش خارجی" و " هوش رقابتی" مشترک رابطه معناداری وجود دارد به طوری که جهت رابطه مثبت و شدت رابطه قوی می باشد به عبارتی هر اندازه " ظرفیت دانش خارجی" بالاتر باشد میزان " هوش رقابتی" در سازمان هم افزایش خواهد یافت.

نتایج مربوط به بررسی فرضیه ششم نشان داد که مقدار آماره پیرسون ($0/793$) در سطح کمتر از $0/01$ معنادار است و بر اساس ضریب تعیین (R^2) بدست آمده $62/8$ درصد واریانس " ظرفیت دانش خارجی" و " مدیریت دانش" مشترک بوده است بنابراین می توان چنین اذعان نمود که رابطه میان متغیرهای فوق در سطح اطمینان $0/95$ معنی دار است. به عبارت دیگر فرض صفر رد می شود و فرض محقق پذیرفته می شود بنابراین " ظرفیت دانش خارجی" و " مدیریت دانش" مشترک رابطه



معناداری وجود دارد به طوری که جهت رابطه مثبت و شدت رابطه قوی می باشد به عبارتی هر اندازه "ظرفیت دانش خارجی" بالاتر باشد میزان "مدیریت دانش" در سازمان هم افزایش خواهد یافت.

در نهایت نتایج مربوط به بررسی فرضیه اصلی نشان داد که ضریب همبستگی بین ظرفیت های دانش سازمانی با هوشمندی استراتژیک در سطح کمتر از ۰/۰۱ معنادار است. به عبارتی آزمون همبستگی پیرسون نشان داد بین ظرفیت دانش داخلی و هوشمندی استراتژیک ($r = ۰/۸۹۳$) و همچنین بین ظرفیت دانش خارجی و هوشمندی استراتژیک ($r = ۰/۸۰۳$) رابطه مثبت و معنی داری در سطح اطمینان ۹۵ درصد وجود دارد. جهت رابطه بین ظرفیت دانش داخلی و هوشمندی استراتژیک و همچنین ظرفیت دانش خارجی و هوشمندی استراتژیک مثبت و شدت رابطه بدست آمده بسیار قوی بدست آمده است؛ بنابراین نتایج نشان داد سازمان هایی که ظرفیت های دانش سازمانی بالاتری دارند از هوش استراتژیک بالاتری هم برخوردار دارند و چه بسا میزان ارتباط ظرفیت های داخلی سازمان نسبت به ظرفیت های خارجی سازمان بیشتر هم باشد.

۵- بحث و نتیجه گیری

نتایج مربوط به بررسی فرضیه ها، بیانگر این موضوع است که بین متغیرهای ظرفیت های دانش و هوشمندی استراتژیک ارتباطی قوی وجود دارد و سازمان ها جهت بهره مندی از جریان هوش در سازمان هایشان باید از ظرفیت های دانش داخلی و خارجی خود استفاده بهینه را ببرند. با توجه به نتایج فرضیه اول؛ از بین متغیرهای هوشمندی استراتژیک و ظرفیت های دانش؛ بین هوش تجاری و ظرفیت های دانش داخلی با مؤلفه های سرمایه انسانی و شدت تحقیق و توسعه، ارتباط بسیار قوی وجود داشته؛ و سازمان ها بهتر است توجه خاصی به این حوزه ها داشته باشند و فعالیت در این حوزه ها را باید به عنوان یک فرصت ((نه هزینه)) به حساب آورند. بدین صورت که با سرمایه گذاری در واحدهای تحقیق و توسعه سازمان ها و انجام تحقیقات کاربردی برای محصولات و خدمات جدید؛ و همچنین ایجاد انگیزه و رضایت شغلی در کارکنان سازمان، توجه به خلاقیت و نوآوری کارکنان، همکاری و تعامل بین کارکنان برای اشتراک گذاری دانش و انطباق شغل با مهارت نیروی کار، باعث افزایش هوش تجاری شوند که این عمل در نهایت منجر به افزایش بکارگیری هوشمندی استراتژیک در سازمان خواهد بود.

این پژوهش با پژوهش کالوقیرو و همکارانش (۲۰۰۴)، طلائی راد (۱۳۹۶)، مارتینزو همکاران (۲۰۱۸)، سانچز و همکاران (۲۰۱۸) همسو بوده و ظرفیت های دانش سازمان ها در تحقیقاتشان از اهمیت زیادی برخوردارند. به فرض مثال مارتینزو و همکاران (۲۰۱۸) اعتقاد دارند که سرمایه گذاری در تحقیق و توسعه باعث بهبود ظرفیت های یادگیری سازمان شده و سازمان ها را برای توسعه ظرفیت ها سازمانی توانمند می سازد. طلائی راد (۱۳۹۶) در پژوهش خود نشان داد که بین ظرفیت دانش سازمان و اثربخشی سازمان ارتباط مثبت و معنی دار وجود دارد. نتایج پژوهش کالوقیرو و همکارانش (۲۰۰۴) نشان داد که ظرفیت های داخلی تحقیق و توسعه (شدت تحقیق و توسعه و پرسنل مجرب) در افزایش عملکرد نوآورانه اهمیت زیادی دارند. پوری (۱۳۹۰)، بر اهمیت نقش ظرفیت مدیریت دانش در مدیریت استراتژیک برای تحقق بهتر اهداف سازمان و ارتقاء سطح عملکرد و کسب مزیت رقابتی پایدار را در دنیای پویا و در حال تغییر تاکید کرد.

همچنین این پژوهش در زمینه هوشمندی استراتژیک با پژوهش های گرگابی (۱۳۹۵) (حسینی و همکاران، ۱۳۹۱)، کروگر (۲۰۱۱)، مک کی و هس (۲۰۱۵)، ارکوس (۲۰۱۵)، فتحی و همکاران (۱۳۹۷)، وحدتی و همکاران (۱۳۹۶)، هرنندی (۱۳۹۶)، فروغی و همکاران (۱۳۹۵) و گرگابی و خسروی (۱۳۹۵) هم راستا بوده و هوشمندی استراتژیک در این تحقیقات نقش مهم و اساسی را برای دستیابی به اهداف ایفا می کنند. یافته های حاصل از پژوهش هرنندی (۱۳۹۶)، مانند پژوهش حاضر بر لزوم



هوشمندسازی سازمان های امروزی که در محیطی پیچیده در حال فعالیت می باشند، تأکید می نماید. همچنین نتایج پژوهش دنیایی (۱۳۹۸) نشانگر آن است که مدیریت دانش بر ارتقاء سازمانی تاثیر گذار است. فریدفتحی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهش خود نشان دادند که هوش استراتژیک بر ظرفیت تغییر سازمانی در سازمان ها تأثیر معنی داری دارد و توجه به هوش استراتژیک مدیران و آماده سازی محیط حقوقی مناسب ظرفیت تغییر سازمانی را افزایش خواهد داد. از نظر گرگابی و خسروی (۱۳۹۵)، هوشمندی استراتژیک نقش مهمی در توسعه تفکر استراتژیک داشته و ابعاد هوشمندی استراتژیک شامل هوش تجاری، هوش رقابتی و مدیریت دانش و همینطور انواع هوشمندی استراتژیک برای توسعه و بهبود تفکر استراتژیک نقش بسزایی دارد. نتایج پژوهش وحدتی و همکاران (۱۳۹۶) نیز نشان دهنده تاثیر مثبت و معنادار هوشمندی استراتژیک بر سرمایه های انسانی که یکی از مؤلفه های ظرفیت دانش داخلی تحقیق حاضر است، می باشد. لازم به ذکر است، با بررسی پژوهش های پیشین، پژوهشی مبنی بر بررسی رابطه بین هوشمندی استراتژیک و ظرفیت های دانش سازمانی یافت نشد.

پیشنهادات کاربردی

• با توجه به نتایج فرضیه اصلی پژوهش، میزان ارتباط بین هوشمندی استراتژیک و ظرفیت های دانش داخلی و خارجی بسیار قوی می باشد. در نتیجه به مدیران و مسئولین سازمان ها پیشنهاد می شود برای بهره گیری بهتر از هوشمندی استراتژیک در سازمان، سطح آگاهی و دانش خود و کارکنان خود را نسبت بکارگیری ظرفیت های دانش داخلی و خارجی سازمان افزایش داده و دوره های خاصی را بدین منظور برگزار نمایند. همچنین این پژوهش به اهمیت لزوم و پیاده سازی مؤلفه های هوشمندی استراتژیک و ترغیب مدیران و کارکنان سازمان ها به استفاده از فن-آوری های سیستم های هوشمندی سازمانی هوش استراتژیک که جزء مهمی از تصمیم گیری استراتژیک بوده و می تواند اطلاعات بسیار خوبی را برای مدیریت فراهم نموده تا منجر به ایجاد مزیت رقابتی و نوآوری برای آن ها شود، تاکید دارد.

• مطابق با فرضیه اول، دوم و سوم شدت ارتباط بین هوش تجاری، هوش رقابتی و مدیریت دانش با ظرفیت دانش داخلی بسیار قوی است؛ بنابراین به سازمان ها توصیه می شود جهت اجرا و پیاده سازی مدیریت دانش، هوش تجاری و هوش رقابتی؛ به بهسازی و توانمندسازی منابع ظرفیت های دانش داخلی از جمله سرمایه گذاری در تحقیق و توسعه و بالابردن سطح دانش، مهارت سرمایه انسانی سازمان بپردازند. بدین منظور سازمان ها می توانند در کلیه سطوح سازمان، در جهت کمک به رشد دانش سازمانی و ایجاد ظرفیت بیشتر در سازمان ها برای دستیابی به دانش های جدید، دانش را در سطح سازمان توزیع کنند و از مؤسسات پژوهشی و تجاری و شرکت های مشاوره، آزمایشگاه های خصوصی و مشاوران، دانشگاه ها و مؤسسات آموزشی، مؤسسات تحقیقاتی عمومی و غیرانتفاعی کمک بگیرند. همچنین حمایت پژوهشی سازمان ها از افرادی که به ارتقای هوش و دانش سازمان کمک می کنند، برای استفاده بهینه ظرفیت های دانش سازمان مؤثر است.

• مطابق با فرضیه های چهارم، پنجم و ششم نیز بین مؤلفه های هوشمندی استراتژیک و ظرفیت های دانش خارجی سازمان ارتباط قوی وجود دارد ولی شدت این رابطه نسبت به ارتباط بین ظرفیت های دانش داخلی و مؤلفه های هوشمندی استراتژیک، کمتر است. جهت استفاده بهینه از ظرفیت های دانش خارجی به سازمان ها توصیه می شود



که با تامین کنندگان، دانشگاه ها و مؤسسات تحقیقاتی و در مواقع لزوم برای کسب کارایی جمعی با رقبا همکاری شود.

منابع فارسی:

- اشتر مریم، جعفریوسفی نادر، عباسیان نقنه سلمان. (۱۳۹۴). مطالعه موردی ابعاد هوش رقابتی. اولین کنفرانس مدیریت راهبردی و خدمات، پاینامه کارشناسی ارشد، اصفهان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد، ۱: ۱-۱۱
- پوری حمیده. (۱۳۹۰). بررسی رابطه ی ظرفیت مدیریت دانش و مدیریت استراتژیک منابع انسانی در استان گلستان. پاینامه کارشناسی ارشد، تهران، موسسه آموزش عالی مهر البرز
- حسینی یعقوب، سلیمی فرد خداکرم و یداللهی شهربانو. (۱۳۹۱). طراحی مدلی برای اندازه گیری هوشمندی استراتژیک سازمانی، فصلنامه پژوهش های مدیریت منابع انسانی، ۱: ۲۱-۴۲
- حق شناس گرگابی، محمد. (۱۳۹۶). بررسی نظری نقش هوشمندی استراتژیک در توسعه تفکر استراتژیک سازمانی. کنفرانس بین المللی مدیریت و اقتصاد در قرن ۲۱. ۲: ۱۸-۱
- حکاک محمد، شریعت نژاد علی. (۱۳۹۳). اولویت بندی عوامل موثر بر هوشمندی استراتژیک یک سازمان های دانش بنیان. فصلنامه علمی - پژوهشی فرایند مدیریت و توسعه، ۲: ۱۰۸-۱۳۴
- دنیایی معصومه. (۱۳۹۸). ارتقاء ظرفیت سازمانی؛ بررسی نقش مدیریت دانش. پاینامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس تهران، دانشکده مدیریت و اقتصاد
- رضاییان علی، احمدوند علی محمد و تولایی روح الله. (۱۳۸۸). بررسی الگوهای استراتژی مدیریت دانش و استراتژی دانش در سازمان ها. ماهنامه علمی- ترویجی "توسعه انسانی پلیس"، شماره ۲۷.
- روحانی سعید، زارع احد. (۱۳۹۱). مدل ارزیابی سطح هوش تجاری در سیستم های سازمانی، فصلنامه مطالعات مدیریت فناوری اطلاعات، ۲: ۹۲۹-۹۰۱
- شاه آبادی، ابوالفضل، حیدری آرش. (۱۳۹۵). بررسی عوامل تعیین کننده شدت تحقیق و توسعه در کشورهای منتخب در حال توسعه و توسعه یافته: رهیافت پانل دیتا. مطالعات و سیاست های اقتصادی، ۱۳: ۹۵-۱۰۸
- صفاجو آناهد، رضاییان علی، شکوهیار سجاد. (۱۳۹۴). تأثیر مولفه های هوش هیجانی بر تسهیم دانش استراتژیک: موردکاوی مدیریت اکتشاف شرکت ملی نفت ایران، ماهنامه علمی-ترویجی اکتشاف و تولید نفت و گاز، ۱۲۵: ۲۹-۱۸
- طلایی راد طه، طاهری فاطمه. (۱۳۹۶). شناسایی ابعاد و مولفه های ظرفیت های دانش سازمانی در سازمان آموزش فنی و حرفه ای بر اساس رویکرد برخاسته از داده ها. سومین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری و اقتصاد دانش بنیان با تاکید بر اقتصاد مقاومتی، تهران، دانشگاه علامه مجلسی، ۳: ۱۱-۱
- علیقلی منصوره، بازایی قاسمعلی و عسگری سعید. (۱۳۹۰). بررسی نقش مدیریت دانش و سرمایه های فکری بر کسب مزیت رقابتی. نشریه مدیریت کسب و کار، ۹: ۲۵-۴۸
- فروزنده لطف الله. دانایی فرد حسن. رهنورد آهن فرج الله و محمدی فاتح اصغر. (۱۳۹۳). بررسی ظرفیت سازمانی دانشگاه افسری امام علی (ع) بر اساس الگوی مک کینزی، فصلنامه مدیریت نظامی، ۱۴: ۵-۲۱.
- فروغی زهرا، سلطانی ایرج و خانی ناصر. (۱۳۹۵). بررسی رابطه هوش استراتژیک مدیران عملیاتی با اثربخشی تیم های خودگردان شرکت فولاد مبارکه، مجله مدیریت و توسعه تحول، ۱۶۳-۱۷۸



فریدفتحی اکبر، رضایی زهرا، حقیقت ماه زری، بهمنزاده معصومه. (۱۳۹۷). نقش میانجی محیط حقوقی در تأثیر هوش استراتژیک بر ظرفیت تغییر سازمانی در سازمان های ورزشی. مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، ۳۲: ۱۱۱-۱۲۵

قلندری، عاطفه و قائم خواجوی، ۱۳۹۴، ابعاد هوش تجاری و عملکرد مدیران اجرایی مراکز بهداشتی، دومین کنفرانس بین المللی اقتصاد، مدیریت و فرهنگ ایرانی اسلامی، اردبیل، موسسه پیشگامان فرهیختگان فرهنگ و اندیشه ولیعصر، اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اردبیل، ۱-۱۵

قوامی عباس، نجفی امیر. (۱۳۹۶). تأثیر ظرفیت های گوناگون انباشتگی دانش و اندازه سازمان بر عملکرد نوآوری تدریجی و رادیکال. فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی، ۱۱: ۳۷-۴۸

کریمی فرد، حسن، اتحادهای استراتژیک؛ شیوه های برای تقویت بنگاه های کوچک و متوسط، مجله تدبیر، ۲۲-۱۶: ۲۱۳

مشبکی اصغر، رضوانیان زاده محمدرضا، خرمگاه سمانه. (۱۳۹۰). سنجش و بهبود سطح هوش رقابتی در شرکت های خودروسازی با استفاده از الگوی QFD. فصلنامه بهبود مدیریت. ۳: ۸۱-۱۰۰

ملکی صبا. (۱۳۹۳). شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر هوش استراتژیک در صنعت خودروسازی، پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه سمنان، پردیس علوم انسانی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری.

موسوی اصل حسین، نجفی امیر و باهوش کامران. (۱۳۹۶). بررسی میزان تأثیر بکارگیری ظرفیت های مدیریت دانش در پیشرفت و ترقی فعالیت های آتی سازمان، یازدهمین کنگره ملی پیشگامان پیشرفت، تهران، مرکز الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، ۱۱: ۱-۷

نکودری مریم، یعقوبی نورمحمد. (۱۳۹۰). بررسی عوامل تسهیل کننده مدیریت دانش در سازمان مدیریت بحران. پژوهش های مدیریت عمومی، سال چهارم، ۱۳: ۹۵-۱۱۹

وحدتی حجت الله، شریعت نژاد عبدالله، ساعدی علی. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر هوشمندی استراتژیک بر سرمایه های انسانی، ساختاری و ارتباطی در صنعت بیمه. مدیریت فرهنگ سازمانی، ۶-۳: ۶۶۷-۶

۱۵

منابع خارجی:

- Albers, James. A. & Trinidad, Amanda. I. 2006. Knowledge Management Software: A selection process. *CACCI Journal*, 1(Reprinted from Asia-Pacific Tech Monitor), pp. 35-41.
- Arcos, Rubén. 2015. Public relations strategic intelligence: Intelligence analysis, communication and influence. *Public Relations Review* 42,2: 264-270
- Calof, Jonathan. (2017). Reflections on the Canadian Government in competitive intelligence, *Programs and Impacts Foresight*, 19,1: 31-47.
- Caloghirou Yannis, Kastelli Ioanna, Tsakanikas Aggelos. (2004). Internal capabilities and external knowledge sources: complements or substitutes for innovative performance? *Technovation Author links open overlay panel*, 1:29-39
- Daud, Salina. & Yusoff, Wan Fadzilah Wan. (2011). How intellectual capital mediates the relationship between knowledge management processes and organizational performance? *African Journal of Business Management*, 5(7), 2607-2617.
- Davenport, Thomas. H & Prusak Laurence. (1998). *Working Knowledge*, Cambridge, MA: Harvard Business School Press.
- Findıklı, Mine Afacan; Yozgat, Ugur; Rofcanin Yasin. (2015). Examining Organizational Innovation and Knowledge Management Capacity The Central Role of Strategic Human Resources practices. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 181: 377-387
- Flor, Luisa. (2017). External knowledge search, absorptive capacity and radical innovation in high-technology firms, *European Management Journal*, 2: 183-194



- Gabber, H. (2007). Strategic intelligence topology analyze for improved plan operation. *Industrial Management and Data Systems*, 107(2), 198-236.
- Grewal Rajdeep, Tansuhaj Patriya. (2001). Building organizational capabilities for managing economic crisis: The role of market orientation and strategic flexibility. *Journal of marketing*, 2: 67-80
- Kruger Jean-Pierre. (2010), A study of Strategic Intelligence as a Strategic Management Tool in the Long-term Insurance Industry in South Africa, Master Thesis of University of South Africa.
- Kuosa Tuomo. (2011). *Different approaches of pattern management and intelligence strategi*. *Technological Forecasting and Social Change*, 78,3: 458-467.
- Martínez Marian Garcia, Zouaghi Ferdaous, Sánchez, Mercedes. (2018). Did the global financial crisis impact firms' innovation performance? The role of internal and external knowledge capabilities in high and low tech industries, *Technological Forecasting and Social Change*, Elsevier, vol. 132, 92-104.
- Massa, Silvia and Testa Stefania. (2009). A knowledge management approach to organizational competitive advantage: Evidence from the food sector. *European Management Journal*, 27, pp.129-141.
- McKie David, Heath Robert L. (2016). *Public relations as a strategic intelligence for the 21st century: Contexts, controversies, and challenges*. *Public Relations Review*.42,2: 298-305.
- Ning Ye, Fan Zhi-Ping, Feng Bo (2006) *Knowledge Capability: A Definition and Research Model* *Proceedings of the First international conference on Knowledge Science, Engineering and .KSEM' Managpp*,6: 230-240.
- Pedersen, Torben, Soo, Christine, Devinney, Timothy. M. 2003. *The Importance of Internal and External Knowledge Sourcing in Firm Performance: A Latent Class Estimation*. *Kobenhavn*. 38p.
- Ross, Pauline. McGowan, Carol. and Styger, Lee. (2012). A comparison of theory and practice in market intelligence. *Sydney business school*, 1-17
- Richard, L. & Russell, P. (2007), *Sharpening strategic intelligence: Why the CIA gets it wrong and what needs to be done to get it right*, Cambridge University Press, 76 (2), 237
- Sanchez, Mercedes, Zouaghi, Ferdaous, Martinez, Marian Garcia. (2018). *Did the global financial crisis impact firms' innovation performance? The role of internal and external knowledge capabilities in high and low tech industries* *Technological Forecasting & Social Change* 132: 92-104
- Stefan, Ioana, Bengtsson Lars. (2017). *Unravelling appropriability mechanisms and openness depth effects on firm performance across stages in the innovation process*. *Technological Forecasting and Social Change*, 120, 252-260.
- Tuan, Luu Truong. (2015). *Entrepreneurial orientation and competitive intelligence: cultural intelligence as a modeator*, *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*17, 2 212 – 228
- Van Beer, Cees, Zand Fardad. (2014). *R&D cooperation, partner diversity, and innovation performance: An empirical analysis*. *Journal of Product Innovation Management*, 31: 292-312.
- Walsh, John P, Lee You-Na, Nagaoka, Sadao. (2016). *Openness and innovation in the US: Collaboration form, idea generation and implementation*. *Research Policy*, 45: 1660-1671