



Research Paper

Examining the Relationship between Knowledge Management Strategies and Organizational Innovation

Reza Shah-Hosseini^١

Received: ٢٣/٠٩/٢٠٢٢; Accepted: ٢٣/٠١/٢٠٢٣

Abstract:

The present study aimed to examine the relationship between knowledge management strategies and organizational innovation in companies located in Industrial Towns No. ١ and ٣ of Sanandaj County. In terms of its objective, the study is applied in nature, while in terms of its nature and methodology, it is descriptive-correlational. The study was conducted using a cross-sectional time horizon. Knowledge management strategies were assessed using the model developed by Lopez et al. (٢٠٠٥), comprising the dimensions of codification and personalization. The dependent variable, organizational innovation, was measured using Hernandez's (٢٠٠٨) model, which consists of two dimensions: radical and incremental innovation. Data were collected by distributing questionnaires among the statistical population, which consisted of ١٤٢ active companies located in Industrial Towns No. ١ and ٣ of Sanandaj. From this population, ١٠٣ managers were selected as the statistical sample using a sampling method. Pearson's correlation coefficient was employed to analyze the data and examine the relationships among the variables. The validity of the questionnaire was established through face and content validity, while its reliability was confirmed using Cronbach's alpha coefficient. The findings indicate that there is a significant and direct relationship between the dimensions of knowledge management strategies (codification and personalization) and organizational innovation.

Keywords: Knowledge Management Strategies, Codification, Personalization, Organizational Innovation, Sanandaj Industrial Towns.

^١. Assistant Professor, Shahid Motahari Basij Faculty, Imam Hossein University of Officer and Guard Training, Tehran, Iran: rshahhoseini@gmail.com.



مقاله پژوهشی

بررسی ارتباط میان استراتژی‌های مدیریت دانش و نوآوری سازمانی

رضا شاه‌حسینی^۱

دریافت: ۱۴۰۱/۰۷/۰۱؛ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۱/۰۳

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی ارتباط میان استراتژی‌های مدیریت دانش و نوآوری سازمانی در شرکت‌های مستقر در شهرک‌های صنعتی شماره یک و سه شهرستان سنندج انجام گرفته است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از حیث ماهیت و روش، توصیفی - همبستگی است. افق زمانی پژوهش به صورت تک‌مقطعی اجرا شده است. برای سنجش استراتژی‌های مدیریت دانش از مدل لویز و همکاران (۲۰۰۵) شامل ابعاد کدگذاری و شخصی‌سازی، و برای سنجش متغیر وابسته نوآوری سازمانی از مدل هرماندز (۲۰۰۸) با دو بعد رادیکال و تدریجی استفاده شد. گردآوری داده‌ها از طریق توزیع پرسشنامه در میان جامعه آماری صورت گرفت که شامل ۱۴۲ شرکت فعال در شهرک‌های صنعتی شماره ۱ و ۳ سنندج بود؛ از این میان، تعداد ۱۰۳ نفر از مدیران به‌عنوان نمونه آماری با روش نمونه‌گیری انتخاب شدند. برای تحلیل داده‌ها و بررسی روابط میان متغیرها، از آزمون همبستگی پیرسون بهره گرفته شد. روایی پرسشنامه از طریق تحلیل صوری و محتوایی و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ تأیید گردید. نتایج پژوهش حاکی از آن است که میان ابعاد استراتژی‌های مدیریت دانش (کدگذاری و شخصی‌سازی) با نوآوری سازمانی، ارتباط معنادار و مستقیمی وجود دارد.

واژگان کلیدی: استراتژی‌های مدیریت دانش، کدگذاری، شخصی‌سازی، نوآوری سازمانی، شهرک‌های صنعتی سنندج.

در گذشته، سازمان‌ها عمدتاً در پی کسب و انباشت اطلاعات و داده‌های اولیه بودند؛ اما امروزه با حجم انبوه و فزاینده داده‌های گوناگون مواجه‌اند که مدیریت و بهره‌برداری صحیح از آن‌ها خود به چالشی اساسی تبدیل شده است. در عصر حاضر، برخورداری از اطلاعات و تسلط بر مدیریت دانش، به مزیتی استوار برای ادامه حیات در سازمان‌های پویا و نوآور بدل گشته است؛ به‌طوری‌که توان رقابت در بازارهای تجاری، مستقیماً به کسب، توسعه و به‌روزرسانی دانش فردی و سازمانی گره خورده است تا جایی که دانش، بخش اساسی سرمایه سازمان تلقی می‌شود. بر این اساس، مدیریت هوشیار می‌کوشد تا از این ابزار کلیدی برای رویارویی با عوامل عدم قطعیت، حفظ جایگاه رقابتی و خلق نوآوری استفاده کند. این امر سازمان‌ها را وادار می‌سازد تا با ارج نهادن به مدیریت دانش، آن را به‌عنوان نیازی ضروری در زمره برنامه‌های راهبردی خود قرار دهند (صفرزاده و همکاران، ۱۳۹۰).

مدیریت دانش یکی از مفاهیم نوین در علم مدیریت است که به‌عنوان منبعی حیاتی برای موفقیت سازمان‌های کنونی شناخته می‌شود (Smith & Bollinger, ۲۰۰۱). بنابراین، ضرورت دارد به دانش سازمانی به‌عنوان یک دارایی استراتژیک نگریسته شود. جهانیان (۱۳۸۹) مدیریت دانش را مجموعه‌ای از فرایندها می‌داند که طی آن دانش کسب، نگهداری و به‌کار گرفته می‌شود؛ هدف از این فرایند، بهره‌برداری از دارایی‌های فکری به منظور افزایش بهره‌وری، خلق ارزش‌های جدید و ارتقای قابلیت‌های رقابتی است. مطالعات اخیر نشان می‌دهد که برخلاف روند نزولی بازدهی منابع سنتی (نظیر سرمایه فیزیکی، زمین و ماشین‌آلات)، دانش به‌عنوان منبعی پیشران در جهت ارتقای عملکرد کسب‌وکار عمل می‌کند. بازار نیز به نوبه خود ارزش دانش و سایر عوامل نامشهود را در چرخه ارزش‌آفرینی به رسمیت شناخته است (Bartlett, ۲۰۰۴).

بر این اساس، موفقیت پایدار سازمان‌ها در فضای رقابتی کنونی، تا حد زیادی به مدیریت اثربخش دانش وابسته است تا تخصیص صرف منابع فیزیکی و مالی. وظیفه خطیر رهبران سازمانی، خلق بستری مناسب برای رشد و پرورش سرمایه‌های فکری در بستر سازمان‌های دانش‌محور است. مدیریت دانش، فرایندی است که سازمان‌ها را در شناسایی، انتخاب، سازمان‌دهی و انتشار حافظه سازمانی یاری می‌رساند و توان حل مسئله، برنامه‌ریزی راهبردی و تصمیم‌گیری پویا را ارتقا می‌دهد. علاقه روزافزون سازمان‌ها به این حوزه، ریشه در تأثیر مثبت آن بر سودآوری، افزایش تولید و نوآوری در کالاها و خدمات دارد (Braganza, ۲۰۰۴). شایان ذکر است که دانش به‌خودی‌خود غایت نیست، بلکه ابزاری برای عمل و بهبود عملکرد به شمار می‌رود؛ از این رو، در قلب مدیریت دانش باید به جستجوی «نوآوری» پرداخت، زیرا مزیت رقابتی پایدار در پرتو نوآوری شکوفا می‌شود (دهقانی‌نژاد، ۱۳۹۵).



با وجود انجام پژوهش‌های متعدد داخلی و خارجی در حوزه مدیریت دانش و نوآوری، بررسی جامعی که ابعاد خاص استراتژی‌های مدیریت دانش را با نوآوری سازمانی در بستر شهرک‌های صنعتی سنندج پیوند دهد، کمتر به چشم می‌خورد. بنابراین، مطالعه حاضر با هدف تعیین ارتباط میان استراتژی‌های مدیریت دانش و نوآوری سازمانی در شرکت‌های شهرک صنعتی سنندج صورت گرفته است تا گامی در جهت بهره‌برداری بهینه از سرمایه‌های انسانی و سازمانی برداشته شود.

اهداف پژوهش

هدف اصلی پژوهش حاضر شناسایی ارتباط میان استراتژی‌های مدیریت دانش و نوآوری سازمانی در شرکت‌های مستقر در شهرک‌های صنعتی شهرستان سنندج است. اهداف فرعی این مطالعه نیز به این ترتیب است:

اول، شناسایی ارتباط میان کدگذاری دانش و نوآوری سازمانی در شرکت‌های شهرک‌های صنعتی شهرستان سنندج؛ دوم، شناسایی ارتباط میان شخصی‌سازی و نوآوری سازمانی در شرکت‌های شهرک‌های صنعتی شهرستان سنندج.

فرضیات پژوهش

فرضیه اصلی پژوهش بیان می‌کند که میان استراتژی‌های مدیریت دانش و نوآوری سازمانی در شرکت‌های شهرک‌های صنعتی شهرستان سنندج ارتباط معناداری وجود دارد. فرضیات فرعی پژوهش شامل موارد زیر است:

نخست اینکه میان کدگذاری دانش و نوآوری سازمانی در شرکت‌های شهرک‌های صنعتی شهرستان سنندج ارتباط معناداری وجود دارد؛ دوم اینکه میان شخصی‌سازی و نوآوری سازمانی در شرکت‌های شهرک‌های صنعتی شهرستان سنندج ارتباط معناداری برقرار است.

تعاریف مفهومی و عملیاتی متغیرها

مدیریت دانش از منظر مفهومی به فعالیتی اطلاق می‌شود که اتخاذ استراتژی‌ها و تدابیر لازم برای مدیریت سرمایه‌های فکری انسان‌محور را هدف قرار می‌دهد. برخی تعاریف بر ابعاد عملیاتی مدیریت دانش متمرکز شده‌اند، در حالی که دسته‌ای دیگر روی موضوعات مفهومی تکیه دارند. نوناکو و تاکه‌اوچی با هدف یکپارچه‌سازی دو بعد فنی و اجتماعی، نظریه دانش‌آفرینی خود را مطرح کردند که ناظر بر فرایند تعامل و تبادل میان دو نوع دانش ضمنی و صریح است (نیک‌بخت و همکاران، ۱۳۹۲).

نوآوری سازمانی به عنوان یک فرایند رایج حتی در بخش‌های تأسیس‌شده شناخته می‌شود که فرصت‌های اساسی را برای سازمان‌ها جهت تسخیر بازارهای جدید و عبور از رکود فراهم می‌کند و می‌تواند تهدیدی برای تجارت‌های موجود باشد (Castiaux, ۲۰۰۲). نوآوری بنیادی شامل نوآوری‌های ساختاریافته‌ای است که برای خلق صنایع، محصولات یا بازارهای جدید به کار گرفته می‌شود.

از نظر عملیاتی، نوآوری سازمانی با شاخص‌هایی نظیر ارائه کالاها و خدمات فراتر از تقاضاهای موجود، خلق محصولات برتر، بازنگری در ارائه محصولات جدید، افزایش مقیاس در بازارهای موجود و ارتقای کارایی در عرضه کالاها و خدمات سنجیده می‌شود.

کدگذاری دانش در مفهوم تخصصی خود بر مدیریت، کاربرد و ذخیره‌سازی نظام‌مند سرمایه‌های دانشی سازمان تمرکز دارد. سازمان با بهره‌گیری از این استراتژی می‌تواند از طریق استفاده مجدد از دانش رمزگذاری‌شده به کارایی سازمانی و اقتصادی دست یابد. این استراتژی مستلزم ذخیره‌سازی دانش در پایگاه‌های اطلاعاتی است به‌گونه‌ای که اعضای سازمان به آسانی بتوانند دانش مورد نظر خود را بازیابی کنند.

از نگاه عملیاتی، مهارت‌های لازم برای انجام وظایف روزانه، کدگذاری روش‌های حل مسئله، مستندسازی جلسات و دوره‌های آموزشی اشتراک‌گذاری دانش از شاخص‌های اندازه‌گیری کدگذاری در این پژوهش هستند.

شخصی‌سازی به‌طرز اساسی به تک‌تک افراد سازمان وابسته است؛ افرادی که دانش را خلق کرده و در خلال تعاملات خود با دیگران آن را به اشتراک می‌گذارند. تأکید بر انتقال دانش از طریق تعاملات و گفت‌وگوهایی که به‌واسطه آن‌ها شبکه‌های اجتماعی، گروه‌های حرفه‌ای و تیم‌ها شکل می‌گیرند، از محورهای اصلی استراتژی شخصی‌سازی محسوب می‌شود.

در بخش عملیاتی، دریافت نظرات به صورت چهره‌به‌چهره، برگزاری جلسات غیررسمی برای تبادل دانش، اشتراک‌گذاری دانش از طریق روش مربی‌گری و راهنمایی کارکنان جوان توسط نیروهای باتجربه از شاخص‌های سنجش این متغیر به شمار می‌روند.

پیشینه مطالعاتی (داخل و خارج از کشور)

حسین صفرزاده، اعظم تدین و مریم حرمحمدی (۱۳۹۳) در مطالعه‌ای با موضوع بررسی تأثیر استراتژی‌های مدیریت دانش بر نوآوری و عملکرد سازمانی در مراکز بهداشتی و درمانی استان فارس، نتیجه گرفتند که دو راهکار مدیریت دانش یعنی شخصی‌سازی و کدگذاری تأثیر مثبتی بر نوآوری و عملکرد سازمانی دارند.

غلامرضا طالقانی، علی انواری و لیلا افتخاری (۱۳۹۰) رابطه میان مدیریت دانش و نوآوری سازمانی را در یک شرکت بیمه بررسی کردند. نتایج ضریب همبستگی اسپیرمن مشخص کرد که میان اجزای مدیریت دانش شامل خلق، انتقال، حفظ و کاربرد دانش با نوآوری سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

زینب صادقی و رضا محتشمی (۱۳۹۱) طی پژوهشی با عنوان ارتباط عملیات استراتژی‌های منابع انسانی و نوآوری سازمانی در یکی از مراکز نظامی به این نتیجه رسیدند که عملیات استراتژی‌های



فصلنامه اندیشه مقاومت

در کفتمان انقلاب اسلامی



۷۷

بررسی ارتباط میان

استراتژی‌های

مدیریت دانش و

نوآوری سازمانی



منابع انسانی شامل ابعاد استخدام، آموزش، مشارکت، ارزیابی عملکرد و پاداش بر نوآوری سازمانی تأثیر مثبت دارد و با ارتقای این عملیات، نوآوری سازمانی نیز افزایش می‌یابد.

پژوهشگران خارجی نیز به این حوزه پرداخته‌اند؛ از جمله (Wu & Liao, ۲۰۱۰) با مطالعه چشم‌انداز سیستم مدیریت دانش، یادگیری سازمانی و نوآوری سازمانی نتیجه گرفتند که یادگیری سازمانی مستمر موجب بهبود کارایی و اثربخشی نوآوری‌ها خواهد شد.

علاوه بر این، (Yang, ۲۰۰۸) در پژوهش یکپارچه‌سازی دانش و نوآوری، تأمین امنیت استفاده از محصول جدید در صنعت فناوری بالا را بررسی کرد و نشان داد که یکپارچه‌سازی دانش، عملکرد محصولات جدید را افزایش می‌دهد.

همچنین (Lee & Lin, ۲۰۰۸) با بررسی تأثیر یادگیری سازمانی و عوامل مدیریت دانش در پذیرش کسب‌وکار الکترونیکی، نوآوری و مدیریت دانش را از جنبه‌های تجاری بررسی کرده و به تأثیر مثبت کاربرد مدیریت دانش بر نوآوری پی بردند.

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف در زمره تحقیقات کاربردی قرار دارد و با توجه به اینکه به بررسی وضعیت موجود و تبیین روابط میان متغیرها می‌پردازد، از نوع تحقیقات توصیفی و همبستگی محسوب می‌شود. جامعه آماری این پژوهش را تمامی شرکت‌های فعال مستقر در شهرک‌های صنعتی شماره یک و سه سنندج تشکیل می‌دهند که تعداد آن‌ها در زمان انجام پژوهش ۱۴۲ شرکت بود. با استفاده از جدول کرجسی و مورگان، حجم نمونه مورد نیاز ۱۰۳ نفر تعیین شد. برای جبران پرسشنامه‌های مفقود یا ناقص احتمالی، ۱۲ درصد به حجم نمونه اضافه شد؛ بر این اساس ۱۸۰ پرسشنامه میان جامعه هدف توزیع گردید و ۱۰۲ پرسشنامه عودت داده شد. در نهایت، پس از بررسی و حذف پرسشنامه‌های مخدوش و ناقص، دقیقاً ۱۰۳ پرسشنامه کامل برای فرآیند تجزیه و تحلیل آماری انتخاب و مبنای کار قرار گرفت.

ابزار گردآوری داده‌ها ترکیبی از روش میدانی شامل پرسشنامه و بررسی اسناد و مدارک موجود در شرکت‌های شهرک‌های صنعتی شماره یک و سه سنندج است. بخش مربوط به مبانی نظری و ادبیات تحقیق نیز با بهره‌گیری از منابع کتابخانه‌ای، مقالات علمی و پایان‌نامه‌ها تدوین گردید. برای سنجش پایایی ابزار پژوهش، ۳۰ پرسشنامه به صورت مقدماتی در شرکت‌های شهرک‌های صنعتی یادشده توزیع شد و با استفاده از نرم‌افزار SPSS، ضریب آلفای کرونباخ محاسبه گردید. مقدار آلفای به‌دست‌آمده برای متغیر استراتژی مدیریت دانش برابر با ۰/۸۱ و برای نوآوری سازمانی برابر با ۰/۸۲ گزارش شد. از آنجا که مقادیر به‌دست‌آمده بالاتر از حد نصاب ۰/۷ است، پایایی پرسشنامه‌های پژوهش به تأیید رسید. روایی

ابزار سنجش نیز بر اساس نظرات تخصصی خبرگان و استادان راهنما و مشاور به روش صوری و محتوایی مورد تأیید قرار گرفت.

یافته‌های پژوهش

تحلیل‌های آماری توصیفی

جدول ۱: توزیع فراوانی مربوط به جنسیت پاسخ دهندگان

جنسیت	فراوانی	درصد
مرد	۸۱	۸۰/۴
زن	۲۸	۲۳/۲
جمع کل	۱۰۳	۱۰۰

(منبع: داده‌های پژوهش)

جدول ۲: توزیع فراوانی مربوط به سن پاسخ دهندگان

سن	فراوانی	درصد
زیر ۸۲ سال	۳	۸/۳
۸۲ تا ۳۲ سال	۴۸	۴۰/۲
۳۲ تا ۴۲	۸۲	۸۲/۸
۴۲ تا ۵۲	۱۳	۱۲/۴
۵۲ سال به بالا	۱۳	۱۸/۲
جمع کل	۱۰۳	۱۰۰

(منبع: داده‌های پژوهش)

جدول ۳: توزیع فراوانی مربوط به میزان تحصیلات پاسخ دهندگان

میزان تحصیلات	فراوانی	درصد
دیپلم	۱۴	۱۳/۲
فوق دیپلم	۱۳	۱۲/۴



فصلنامه اندیشه مقاومت

در کفتمان انقلاب اسلامی



۷۹

بررسی ارتباط میان

استراتژی‌های

مدیریت دانش و

نوآوری سازمانی

کارشناسی	۲۳	۲۱/۲
کارشناسی ارشد	۱۲	۱۲/۲
جمع کل	۱۰۳	۱۰۰

(منبع: داده های پژوهش)

جدول ۴: توزیع فراوانی مربوط به سابقه خدمت

سابقه خدمت	فراوانی	درصد
زیر ۲ سال	۸۱	۸۰/۴
۲ تا ۱۰ سال	۳۳	۳۸/۰
۱۱ تا ۱۲ سال	۱۲	۱۲/۲
۱۲ تا ۸۰ سال	۱۳	۱۲/۴
۸۰ سال به بالا	۱۳	۱۸/۲
جمع کل	۱۰۳	۱۰۰

(منبع: داده های پژوهش)

جدول ۵: توزیع فراوانی مربوط به رده شغلی پاسخ دهندگان

رده شغلی	فراوانی	درصد
کارمند	۱۲	۱۴/۲
سرکارگر	۳	۸/۳
مدیریت	۲۲	۲۲/۰
مدیر عامل	۱۲	۱۲/۲
جمع کل	۱۰۳	۱۰۰

(منبع: داده های پژوهش)

آزمون فرضیه اصلی

میان استراتژی‌های مدیریت دانش و نوآوری سازمانی در شرکت‌های شهرک‌های صنعتی شهرستان
سنندج ارتباط معناداری وجود دارد.



فصلنامه اندیشه مقاومت
در کفتمان انقلاب اسلامی



شماره ۶۳

زمستان

۱۴۰۱

برای سنجش این فرضیه، فرضیه‌های آماری صفر و یک به صورت زیر تعریف می‌شوند:

فرضیه صفر (H_0): میان استراتژی‌های مدیریت دانش و نوآوری سازمانی رابطه معناداری وجود ندارد ($\rho = 0$).

فرضیه یک (H_1): میان استراتژی‌های مدیریت دانش و نوآوری سازمانی رابطه معناداری وجود دارد ($\rho \neq 0$).

مطابق با اصول تحلیل آماری، چنانچه مقدار سطح معناداری به دست آمده بزرگ‌تر از میزان خطای مجاز باشد، فرضیه صفر تأیید می‌شود؛ و در صورتی که مقدار سطح معناداری کوچک‌تر از میزان خطا باشد، فرضیه صفر رد شده و فرضیه یک پذیرفته خواهد شد.

جدول ۶: نتیجه آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین استراتژی‌های مدیریت دانش و نوآوری سازمان

نوآوری سازمان		استراتژی‌های مدیریت دانش
**۰/۲۰۲	همبستگی پیرسون	
۰/۰۰۰	Sig	
۱۰۳	N	
۰/۰۱**p <		

(منبع: داده‌های پژوهش)

تحلیل آزمون فرضیه اصلی

بر پایه نتایج ارائه شده در جدول فوق، از آنجا که سطح معناداری به دست آمده کمتر از ۰/۰۱ است، فرضیه صفر (H_0) رد و فرضیه یک (H_1) مبنی بر وجود ارتباط معنادار میان استراتژی‌های مدیریت دانش و نوآوری سازمانی تأیید می‌گردد. یافته‌ها نشان می‌دهد که میان استراتژی‌های مدیریت دانش و نوآوری سازمانی با ضریب همبستگی ۰/۲۰۲ در سطح اطمینان ۹۹ درصد، رابطه مثبت و مستقیم برقرار است.

فرضیات فرعی

فرضیه فرعی اول: میان کدگذاری دانش و نوآوری سازمانی ارتباط معناداری وجود دارد.

برای سنجش این فرضیه، فرضیه‌های آماری به شرح زیر تعریف می‌شوند:

فرضیه صفر (H_0): میان کدگذاری دانش و نوآوری سازمانی رابطه معناداری وجود ندارد ($\rho = 0$).

فرضیه یک (H_1): میان کدگذاری دانش و نوآوری سازمانی رابطه معناداری وجود دارد ($\rho \neq 0$).



فصلنامه اندیشه مقاومت

در کفتمان انقلاب اسلامی



۸۱

بررسی ارتباط میان
استراتژی‌های
مدیریت دانش و
نوآوری سازمانی

معیار تصمیم‌گیری برای پذیرش یا رد فرضیات بر مبنای مقایسه سطح معناداری با مقدار خطا صورت می‌پذیرد؛ بدین معنا که اگر سطح معناداری بزرگ‌تر از مقدار خطا باشد، فرضیه صفر پذیرفته شده و در صورتی که این مقدار کوچک‌تر از حد خطا باشد، فرضیه یک تأیید خواهد شد.

جدول ۷: نتیجه آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین کدگذاری و نوآوری سازمان

نوآوری سازمان		
۰/۳۴۲**	همبستگی پیرسون	مدیریت کدگذاری
۰/۰۰۰	Sig	
۱۰۳	N	
$p < ۰/۰۱^{**}$		

(منبع: داده‌های پژوهش)

تحلیل آزمون فرضیه فرعی اول

بر اساس نتایج مندرج در جدول فوق، از آنجا که سطح معناداری به‌دست‌آمده کمتر از $۰/۰۱$ است، فرضیه صفر (H_0) رد و فرضیه یک (H_1) یا همان فرضیه پژوهش، مبنی بر وجود ارتباط میان مدیریت کدگذاری دانش و نوآوری سازمانی تأیید می‌گردد. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، میان مدیریت کدگذاری دانش و نوآوری سازمانی در سطح اطمینان ۹۹ درصد، رابطه مستقیم و معناداری برقرار است و ضریب همبستگی میان آن‌ها برابر با $۰/۳۴۲$ گزارش می‌شود.

فرضیه فرعی دوم

فرضیه فرعی دوم: میان شخصی‌سازی و نوآوری سازمانی ارتباط معناداری وجود دارد.
برای سنجش این فرضیه، فرضیه‌های آماری به شرح زیر تعریف می‌شوند:

فرضیه صفر (H_0): میان مدیریت شخصی‌سازی و نوآوری سازمانی رابطه معناداری وجود ندارد ($\rho = 0$).

فرضیه یک (H_1): میان مدیریت شخصی‌سازی و نوآوری سازمانی رابطه معناداری وجود دارد ($\rho \neq 0$).

معیار تصمیم‌گیری برای پذیرش یا رد فرضیه‌ها مبتنی بر مقایسه سطح معناداری و سطح خطای آزمون است؛ بر این اساس، اگر مقدار سطح معناداری بزرگ‌تر از مقدار خطا باشد، فرضیه صفر نتیجه گرفته می‌شود و در صورتی که سطح معناداری کوچک‌تر از میزان خطا باشد، فرضیه یک به عنوان نتیجه نهایی پذیرفته خواهد شد.

جدول ۸: نتیجه آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین شخصی‌سازی و نوآوری سازمان

نوآوری سازمان		
۰/۲۲۰**	همبستگی پیرسون	مدیریت
۰/۰۰۰	Sig	شخصی سازی
۱۰۳	N	
۰/۰۱**p <		

(منبع: داده های پژوهش)

تحلیل آزمون فرضیه فرعی دوم

بر پایه نتایج مندرج در جدول فوق، از آنجا که سطح معناداری به دست آمده کمتر از ۰/۰۱ است، فرضیه صفر (H_0) رد شده و فرضیه یک (H_1) مبنی بر وجود ارتباط میان مدیریت شخصی سازی و نوآوری سازمانی پذیرفته می شود. یافته ها نشان می دهد که در سطح اطمینان ۹۹ درصد، رابطه مثبت و معناداری میان مدیریت شخصی سازی و نوآوری سازمانی با ضریب همبستگی ۰/۲۲۰ برقرار است.

نتیجه گیری و پیشنهادات پژوهش

نتایج حاصل از آزمون فرضیات پژوهش بیانگر وجود ارتباط معنادار میان استراتژی های مدیریت دانش و نوآوری سازمانی در شرکت های مستقر در شهرک های صنعتی شهرستان سنجند است. یافته ها نشان می دهد که خلاقیت کارکنان و ایجاد فضای مساعد برای نوآوری، از عوامل کلیدی و مورد توجه در این سازمان ها به شمار می روند؛ بنابراین می توان استنباط کرد که دانش نقش اساسی تری در ایجاد و تشویق نوآوری ایفا می کند. اهمیت روزافزون دانش به عنوان یک عامل تولید و مؤلفه تعیین کننده در نوآوری را می توان با انباشت مستمر دانش فنی در طول زمان و به کارگیری فناوری های ارتباطی که دسترسی به دانش را در سطح جهانی تسهیل کرده است، تبیین نمود. تکنیک های مدیریت نوآوری شامل مجموعه ای از ابزارها و روش شناسی هایی هستند که فرایند نوآوری در شرکت ها را پشتیبانی کرده و با رویکردی نظام مند، سازمان ها را در رویارویی با چالش های جدید بازار یاری می دهند.

یافته های این پژوهش با مطالعات (۱۳۹۳، صفرزاده و همکاران) و (Wu & Lin, ۲۰۰۸) که بیانگر تأثیر مثبت استراتژی های شخصی سازی و کدگذاری بر نوآوری و بهبود فرایندهای تولید هستند، هم راستا است. البته در مطالعه حاضر، تأثیر کدگذاری نسبت به پژوهش های یاد شده پررنگ تر ارزیابی شد، در حالی که در مطالعات پیشین اثر هر دو بعد تقریباً یکسان گزارش شده بود. همچنین نتایج این پژوهش با یافته های (Yang, ۲۰۱۰) و (Karman & Olson, ۲۰۱۰) که بر تأثیر مثبت دانش و استراتژی های آن بر عملکرد سازمانی تأکید دارند، همسو است و نشان می دهد که هرچه سازمان دانش محورتر باشد، عملکرد آن ارتقای بیشتری می یابد.



فصلنامه اندیشه مقاومت

در کفتمان انقلاب اسلامی



۸۳

بررسی ارتباط میان
استراتژی های
مدیریت دانش و
نوآوری سازمانی

بر اساس تأیید فرضیه اصلی مبنی بر وجود رابطه معنادار میان استراتژی‌های مدیریت دانش و نوآوری سازمانی، پیشنهاد می‌گردد شرکت‌های مذکور جهت توانمندسازی دانشی کارکنان، نسبت به تعدیل ساختار سازمانی و گذار به ساختاری دانش‌محور اقدام نمایند. از مزایای این تغییر ساختار می‌توان به افزایش انگیزه و روحیه کارکنان، ارتقای خلاقیت و مشارکت در حل مسائل سازمانی اشاره کرد. افزون بر این، استراتژی‌های مدیریت دانش به عنوان محرک نوآوری، ابتکار، کارآفرینی و بهبود فناوری محسوب می‌شوند. بدین منظور برای بهره‌گیری حداکثری از این پتانسیل، به کارگیری نیروی انسانی متخصص با مهارت فنی، جذب نخبگان و دانشمندان، استفاده از بازاریابان توانمند، تقویت بخش تحقیق و توسعه (D&R) و بازنگری در ساختار و استراتژی‌های سازمانی توصیه می‌گردد.



فصلنامه اندیشه مقاومت
در کفتمان انقلاب اسلامی



شماره ۶۳

زمستان

۱۴۰۱

الف) منابع فارسی

- ۱) جهانیان، خشایار. (۱۳۸۳). مدیریت دانش و نوآوری. ماهنامه مهندسی و صنایع وابسته.
- ۲) حسین‌قلی‌زاده، رضوان. (۱۳۸۲). نقشه مفهومی مدیریت دانش (استراتژی تبدیل دانش فردی به دانش سازمانی). ماهنامه تدبیر، شماره ۱۳۴.
- ۳) خاکی، غلامرضا. (۱۳۸۴). روش تحقیق با رویکرد به پایان‌نامه‌نویسی. تهران: انتشارات بازتاب.
- ۴) دهقان‌نجم، م. (۱۳۸۲). مدیریت دانش و نقش آن در نوآوری سازمانی. ماهنامه مهندسی خودرو و صنایع وابسته، سال اول، شماره ۱۰، صص ۲۸-۴۲.
- ۵) صفرزاده، حسین؛ تدین، اعظم؛ حرمدی، مریم. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر استراتژی‌های مدیریت دانش بر نوآوری و عملکرد سازمانی. فصلنامه علمی-پژوهشی دانشکده بهداشت یزد، دوره ۱۱، شماره ۱.
- ۶) طالقانی، غلامرضا؛ انواری، علی؛ افتخاری، لیلا. (۱۳۹۰). رابطه بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی در یک شرکت بیمه. پژوهشنامه بیمه، سال بیست‌وهفتم، شماره ۱.
- ۷) نیک‌بخت، اکرم؛ مقدم، اعظم؛ سیادت، سیدعلی. (۱۳۸۲). مدیریت دانش بستر ساز نوآوری در سازمان‌های پیشرو. اولین کنفرانس ملی خلاقیت‌شناسی.

ب) منابع انگلیسی

- ۱) Bartlett, C. (۱۹۹۳). McKinsey & Company: Managing knowledge and learning. Boston, MA: Harvard Business School.
- ۲) Bhatt, G. D. (۲۰۰۱). Knowledge Management in Organizations: Examining the Interaction between Technologies, Technique and People. Journal of Knowledge Management, ۵(۱), ۶۸-۷۵.
- ۳) Bollinger, A. S., & Smith, R. D. (۲۰۰۱). Managing organizational knowledge as a strategic asset. Journal of Knowledge Management, ۵(۱), ۸-۱۸.
- ۴) Borghini, S. (۲۰۰۶). Organizational creativity: Breaking equilibrium and order to innovate. Journal of Knowledge Management, ۱۰(۴), ۱۳-۳۳.



فصلنامه اندیشه مقاومت

در کفتمان انقلاب اسلامی



۸۵

بررسی ارتباط میان
استراتژی‌های
مدیریت دانش و
نوآوری سازمانی

- ۵) Castiaux, A. (۲۰۰۷). Radical innovation in established organizations: Being a knowledge predator. *Journal of Engineering and Technology Management*, ۲۴(۱-۲), ۳۲-۴۸.
- ۶) Choi, B., & Lee, H. (۲۰۰۳). An Empirical Investigation of KM Styles and their Effect on Corporate Performance. *Information and Management*, ۴۰(۵), ۴۰۳-۴۱۲.
- ۷) Hall, B. H., & Mairesse, J. (۲۰۰۶). Empirical studies of innovation in the knowledge driven economy. *Economics of Innovation and New Technology*, ۱۵(۴-۵), ۲۸۹-۲۹۹.
- ۸) Lin, H. F., & Lee, G. G. (۲۰۰۵). Impact of organizational learning and knowledge management factors on e-business adoption. *Management Decision*, ۴۳(۲), ۱۷۱-۱۸۸.
- ۹) Nonaka, I., & Takeuchi, H. (۱۹۹۵). *The Knowledge Creating Company*. New York: Oxford University Press.
- ۱۰) Xu, J., & Li, Y. (۲۰۰۹). An empirical investigation of knowledge management and innovative performance: The case of alliances. *Research Policy*, ۳۸(۱۰), ۱۶۲۸-۱۶۳۸.
- ۱۱) Yang, J. (۲۰۱۰). Knowledge integration and innovation: Securing new product advantage in high technology industry. *Journal of High Technology Management Research*, ۲۱(۲), ۱۲۱-۱۳۳.



A) Persian References

۱. Jahaniyan, Khashayar. (۲۰۰۴). *Knowledge Management and Innovation. Engineering and Related Industries Monthly*.
۲. Hosseingholizadeh, Rezvan. (۲۰۰۳). "Knowledge Management Concept Map: A Strategy for Converting Individual Knowledge into Organizational Knowledge." *Tadbir Monthly*, No. ۱۳۴.
۳. Khaki, Gholamreza. (۲۰۰۵). *Research Methodology with an Approach to Thesis Writing*. Tehran: Baztab Publications.
۴. Dehqan-Najm, M. (۲۰۰۳). "Knowledge Management and Its Role in Organizational Innovation." *Automotive Engineering and Related Industries Monthly*, ۱(۱۰), ۲۸-۴۲.
۵. Safarzadeh, Hossein; Tadayan, Azam; & Haramohammadi, Maryam. (۲۰۱۴). "Investigating the Impact of Knowledge Management Strategies on Innovation and Organizational Performance." *Scientific-Research Quarterly of Yazd School of Public Health*, ۱۱(۱).
۶. Taleghani, Gholamreza; Anvari, Ali; & Eftekhari, Leila. (۲۰۱۱). "The Relationship between Knowledge Management and Organizational Innovation in an Insurance Company." *Bimeh Research Journal*, ۲۷(۱).
۷. Nikbakht, Akram; Moghaddam, Azam; & Siadat, Seyyed Ali. (۲۰۰۳). "Knowledge Management as a Foundation for Innovation in Leading Organizations." *First National Conference on Creativity Studies*.

B) English References

۱. Bartlett, C. (۱۹۹۳). *McKinsey & Company: Managing Knowledge and Learning*. Boston, MA: Harvard Business School.
۲. Bhatt, G. D. (۲۰۰۱). Knowledge management in organizations: Examining the interaction between technologies, techniques, and people. *Journal of Knowledge Management*, ۵(۱), ۶۸-۷۵.
۳. Bollinger, A. S., & Smith, R. D. (۲۰۰۱). Managing organizational knowledge as a strategic asset. *Journal of Knowledge Management*, ۵(۱), ۸-۱۸.
۴. Borghini, S. (۲۰۰۶). Organizational creativity: Breaking equilibrium and order to innovate. *Journal of Knowledge Management*, ۱۰(۴), ۱۳-۳۳.
۵. Castiaux, A. (۲۰۰۷). Radical innovation in established organizations: Being a knowledge predator. *Journal of Engineering and Technology Management*, ۲۴(۱-۲), ۳۲-۴۸.



فصلنامه اندیشه مقاومت

در کفتمان انقلاب اسلامی



۸۷

بررسی ارتباط میان

استراتژی های

مدیریت دانش و

نوآوری سازمانی

۶. Choi, B., & Lee, H. (۲۰۰۳). An empirical investigation of KM styles and their effect on corporate performance. *Information & Management*, ۴۰(۵), ۴۰۳-۴۱۲.
۷. Hall, B. H., & Mairesse, J. (۲۰۰۶). Empirical studies of innovation in the knowledge-driven economy. *Economics of Innovation and New Technology*, ۱۵(۴-۵), ۲۸۹-۲۹۹.
۸. Lin, H. F., & Lee, G. G. (۲۰۰۵). Impact of organizational learning and knowledge management factors on e-business adoption. *Management Decision*, ۴۳(۲), ۱۷۱-۱۸۸.
۹. Nonaka, I., & Takeuchi, H. (۱۹۹۵). *The Knowledge-Creating Company*. New York: Oxford University Press.
۱۰. Xu, J., & Li, Y. (۲۰۰۹). An empirical investigation of knowledge management and innovative performance: The case of alliances. *Research Policy*, ۳۸(۱۰), ۱۶۲۸-۱۶۳۸.
۱۱. Yang, J. (۲۰۱۰). Knowledge integration and innovation: Securing new product advantage in high technology industry. *Journal of High Technology Management Research*, ۲۱(۲), ۱۲۱-۱۳۳.



فصلنامه اندیشه مقاومت
در کفتمان انقلاب اسلامی



شماره ۶۳

زمستان

۱۴۰۱