

تاثیر رهبری دانش گرا بر نوآوری در وزارت صنعت، معدن و تجارت: نقش میانجی مدیریت دانش

محمد عقیقی^۱

سیده مهتاب سهرابی^۲

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر رهبری دانش گرا بر نوآوری در وزارت صنعت، معدن و تجارت با نقش میانجی مدیریت دانش انجام شده است. جامعه آماری پژوهش کلیه کارشناسان ستاد وزارت مذکور بوده که مشتمل بر ۴۰۰ نفر می باشد. حجم نمونه آماری با استفاده از فرمول کوکران، ۱۹۸ نفر برآورد شد. نمونه گیری نیز به صورت تصادفی ساده انجام شد. ابزار جمع آوری داده ها، پرسشنامه ای با ۳۵ گویه بوده که مدیریت دانش را در چهار بعد خلق دانش، ذخیره دانش، انتقال دانش و بکارگیری دانش اندازه گیری کرده است. برای تعیین روایی ابزار اندازه گیری از روایی محتوا و روایی سازه استفاده شد. هم چنین برای محاسبه میزان پایایی ابزار نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. نتایج نشان داد که ابزار اندازه گیری از روایی و پایایی مناسبی برخوردار بوده است. برای آزمون فرضیه های تحقیق نیز از آزمون نرمال بودن داده ها، ضریب همبستگی پیرسون و مدلسازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار Smart PLS استفاده شد. یافته های تحقیق نشان داد که رهبری دانش گرا با نقش میانجی مدیریت دانش بر نوآوری تاثیر مثبت داشته است. میزان اثر غیر مستقیم برابر با ۰/۱۶۵ بوده است. هم چنین رهبری دانش گرا تاثیر مثبت و معنی داری با هر چهار بعد مدیریت دانش داشته است. از دیگر یافته های تحقیق این است که رهبری دانش گرا به طور غیر مستقیم تنها از طریق بعد خلق دانش بر نوآوری تاثیر دارد.

واژه های کلیدی: مدیریت دانش، رهبری دانش گرا، نوآوری، خلق دانش، وزارت صنعت، معدن و تجارت

^۱ استادیار گروه مدیریت اجرایی دانشگاه غیر انتفاعی علامه فیض کاشانی

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه غیر انتفاعی علامه فیض کاشانی (نویسنده مسئول)،

مقدمه

به منظور توسعه محصول نوآورانه موجب پیشرفت های فناوری، محصولات، فرآیندها و خدمات می شود که این به نوبه خود مشارکت قطعی مشتریان و اجزای دیگر سازمان های تجاری را در بر دارد. نوآوری یک محصول راه حل جدید و خلاقانه برای شرایط و تمایلات فعلی می باشد و نیازهای پنهان و آشکار مشتریان و سهام داران را برآورده می کند. نوآوری برای حفظ پیشرفت اکثریت سازمان ها ضروری است. اگر نیروی حیاتی یک سازمان تجاری، جریان نقدی باشد، نوآوری راهکاری برای تجدید قوای سازمان می باشد تا با موفقیت بیشتری در بازار تقاضا رقابت کنند. توسعه محصولات نوآورانه روی بهبود موقعیت راهبری و توانایی ارزیابی محصول سازمان از طریق هدایت و خلاقیت تمرکز دارد (زارعی متین و همکاران، ۱۳۹۲). از سوی دیگر از دهه نود میلادی، مدیریت دانش به عنوان یک نظام با ساختار مناسب در زمینه های علمی و تجاری در کل جهان ظهور و گسترش یافته است. (دتیینی و چندلر^۱، ۲۰۰۴). سازمان ها در سرتاسر دنیا مبتنی بر اصول مدیریت دانش، به توسعه و به کارگیری ابداعات مدیریت دانش، برای بهبود کارایی و کیفیت خدمات خود به مشتریان و هم چنین برای یافتن راه حل جدید و تولید بیشتر برای مشتریان استفاده نموده اند (نگوین و محمدآ، ۲۰۱۱). به علاوه بنا به عقیده داروچ و مک ناقتون^۲ (۲۰۰۲) و دوپلسیس^۳ (۲۰۰۷)، در یک ساختار فناورانه همانند بانک، نوآوری معمولاً محصول مستقیم اثربخشی مدیریت دانش می باشد و هم چنین به اعتقاد نوناکا و تاکوچی^۴ (۱۹۹۵) یکی از اهداف اصلی شرکت های دانش بنیان در دستیابی به مزیت رقابتی می باشد (دونات و پابلو^۵، ۲۰۱۵). فرآیند دانش آفرینی، همان تولید دانش و در نهایت تبدیل آن به محصولات و خدمات از طریق مفهوم نوآوری است (یوسفی و همکاران، ۱۳۹۰). از این رو سوال اصلی تحقیق حاضر این است که آیا رهبری دانش گرا از طریق مدیریت دانش می تواند بر نوآوری تاثیر گذارد؟

چارچوب نظری و پیشینه پژوهش

مدیریت دانش

نوناکا (۱۹۹۱)، در کتاب «شرکت های خلق کننده دانش» می گوید: «در اقتصادی که تنها چیزی که می توان به آن اعتماد داشت عدم اطمینان است یکی از منابع مطمئن کسب مزیت رقابتی پایدار،

۱. DeTienne, D. R., & Chandler

۲. Nguyen & Mohamed

۳. Darroch & McNaughton

۴. Plessis

۵. Nonaka & Takeuchi

۶. Donate & de Pablo

دانش است. شرکت‌های موفق آن‌هایی هستند که به طور مداوم دانش جدید را تولید کرده و به طور گسترده‌ای در سطح سازمان خود توزیع می‌نمایند و آن را در محصولات و فناوری‌های جدید مورد بهره‌برداری قرار می‌دهند» (وانگ نوئه^۱ و همکاران، ۲۰۱۴). پیچیدگی نهفته در تعریف مدیریت دانش تا حدی به دلیل چالش‌های موجود در تعریف خود دانش است. تعاریف بسیار و متنوع از مدیریت دانش در متون ارائه شده است که در این میان به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود. نوناکا و تاکوچی (۱۹۹۵) مدیریت دانش را فرآیندی می‌دانند که طی آن سازمان به تولید ثروت از دانش یا سرمایه فکری خود می‌پردازد. از نظر آن‌ها، مدیریت دانش فرآیندی است که طی آن سازمان به ایجاد ارزش از دارایی‌های فکری و دانش محور می‌پردازد. مرکز کیفیت و بهره‌وری آمریکا مدیریت دانش را استراتژی‌ها و فرایندهای شناسایی، اکتساب و بهره‌برداری از دانش می‌داند (وانگ نوئه و همکاران، ۲۰۱۴). ادل و گریسون (۱۹۹۸)، مدیریت دانش را استراتژی آگاهانه‌ای برای بردن دانش صحیح برای افراد صحیح به منظور کمک به افراد برای انجام وظایفشان و بهبود عملکرد سازمانی می‌دانند (پونزی و کوئینگ^۲، ۲۰۰۲). مدیریت دانش فرایند شناسایی و بهره‌برداری از دارایی‌های دانشی سازمان برای بدست آوردن مزایای تجاری برای سازمان و مشتریان آن است. به کارگیری مدیریت دانش به عنوان یک موضوع استراتژیک، بسیار وظیفه صعب و دشواری برای سازمان‌ها است و بسیاری از آن‌ها در این مورد با شکست مواجه شده‌اند (شانکار^۳ و همکاران، ۲۰۱۵).

به نظر می‌رسد تعریف ارائه شده از سوی داوونپورت و پروساک (۱۹۹۸) مورد موافقت بسیاری از پژوهشگران است: مدیریت دانش عبارت است از «بهره‌برداری و توسعه دارایی‌های دانشی یک سازمان در جهت تحقق اهداف آن سازمان». ایجاد ارزش مستلزم به اشتراک گذاری دانش بین کارکنان بخش‌های مختلف سازمان‌هاست. مدیران موفق همواره از دارایی‌های فکری موجود در سازمان خود استفاده کرده‌اند. اما اغلب این فعالیت‌ها به صورت غیر سیستماتیک و ساختار نیافته انجام گرفته است (وانگ نوئه و همکاران، ۲۰۱۴). مهم‌ترین فرآیندهای چرخه حیات مدیریت دانش عبارتند از:

ایجاد دانش: ایجاد دانش شامل فعالیت‌هایی است که به تعبیر شکل و ترکیب مجدد قطعات موجود دانش، محدود کردن کاستی‌ها، تقویت تحقیقات و توسعه قابلیت‌ها، پویا و کنترل محیط‌های بیرونی و کاربرد فناوری‌های بیرونی از سازمان می‌پردازد (لایک^۴ و همکاران، ۲۰۱۴). سازمان‌های پویا، دانش را خلق و از آن استفاده می‌کنند. سازمان‌ها بر اثر تعامل با محیط پیرامون خود اطلاعاتی را جذب و آن‌ها را به دانش تبدیل می‌کنند سپس این دانش را با تجربیات، ارزش‌ها و مقررات

^۱. Wang, Noe

^۲. Ponzi and Koenig

^۳. Shankar

^۴. Laik

داخلی خود در هم می آمیزند تا به این ترتیب مبنایی برای اقدامات خود بدست آورند (جاسیک^۱، ۲۰۱۱). انتصاب افراد در مشاغل مناسب مهم است چون اگر کارکنان در منصب و پست‌های مناسب و صحیح به کار گرفته شوند، احتمالاً ایجاد دانش به سهولت انجام خواهد شد (لایک و همکاران، ۲۰۱۴). نوناکا و تاکوچی (۱۹۹۵) معتقدند دانش انسان به واسطه کار کرد مشترک بین دانش ضمنی و دانش صریح، خلق و توسعه می‌یابد.

ذخیره دانش: در حالی که افراد دانش را خلق می‌کنند و آن را یاد می‌گیرند، ممکن است آن را فراموش کنند، یعنی چگونگی خلق دانش یا چگونگی کسب آن را از یاد برند. بنابراین حافظه (سازمانی و یا فردی) نیازمند ذخیره، سازماندهی و بازیابی دانش افراد است. حافظه سازمانی^۲ بدین صورت تعریف می‌شود: وسیله‌ای که از طریق آن دانش تجربیات گذشته و رخدادهایی که بر فعالیت های سازمان کنونی تاثیر می‌گذارند خیره می‌گردند. (لایک و همکاران، ۲۰۱۴). حافظه سازمانی شامل اشکال مختلفی از دانش مستندات مکتوب، پایگاه داده‌ها و دانش انسانی کدگذاری شده در شکل سیستم‌های خبره، مستندات فرآیندها و رویه‌های سازمانی است. حافظه فردی مبتنی بر مشاهدات، تجارب و فعالیت های افراد است. بنابراین، ذخیره دانش به دانش صریح و ضمنی اشاره دارد که باید جذب و مستند شوند. ذخیره دانش برای پروژه‌ها و اقدامات بعدی سازمان‌ها ضروری است و آن شامل رویه‌ها، روش انجام کارها، مستندات رسمی، اطلاعات موجودی،^۳ فایل‌ها و انواع مختلفی از ذخیره سازی است (لایک و همکاران، ۲۰۱۴).

اگر سازمان دارای ارزش مشترک اضافه کردن دانش جدید به حافظه سازمانی از طریق استخدام افراد جدید باشد، دانش جدید از طریق استخدام افراد جدید ذخیره می‌شود (جاسیک، ۲۰۱۱). در یک فرهنگ سازمانی نامساعد، احتمال بالایی برای جابجایی و ترک خدمت کارکنان وجود دارد. هنگامی که کارمندان ارزشمند سازمان بازنشسته می‌شوند یا سازمان را ترک می‌کنند دانش و تخصصی را که در طی سال‌ها به دست آورده‌اند را همراه خود می‌برند و اگر سازمان سیستمی که دانش را در خود ذخیره می‌کند، نداشته باشد، رویه‌های مشخص و روش انجام کارها از دست می‌رود. بنابراین، می‌توان از ابزارهای فناوری اطلاعات پیشرفته همچون پایگاه داده‌ها به عنوان ابزار مؤثری که حافظه سازمانی و بازیابی اطلاعات را غنی می‌سازند، استفاده کرد (لایک و همکاران، ۲۰۱۴).

تسهیم دانش: کلیه فعالیت های مربوط به انتقال یا توزیع دانش از یک فرد یا سازمان به فرد، گروه یا سازمان دیگر فرآیند انتشارات یا تسهیم دانش نامیده می‌شود (هوستاد و آرنتنز^۴، ۲۰۱۳). در الگوهای سنتی، سازمان‌ها و افراد اغلب تمایلی به انتقال و تسهیم دانشی که از آن برخوردارند، ندارند.

۱. Gasik

۲. Organizational Memory

۳. Inventory information

۴. Hustad and Arntzen

زیرا به جای این که به دانش به عنوان یک منبع نگاه کنند، آن را به عنوان منبع قدرت، اهرم نفوذ و ضامن استمرار شغل خود می‌پندارند و تمایلی ندارند که آن را با دیگران تسهیم کنند. سازمانی که از تسهیم اطلاعاتی و خلق دانش در میان اعضایش حمایت می‌کند، بیشتر می‌تواند فرآیندهای مؤثر و کارآمدی را تعریف کند و عملکرد سازمانی خود را بهبود بخشد (لایک و همکاران، ۲۰۱۴).

در سازمانی که فرهنگ تسهیم دانش برخوردار است، افراد ایده‌ها و بینش‌های خود را با دیگران تسهیم می‌کنند زیرا به جای این که مجبور به این کار باشند، آن را یک فرآیند طبیعی می‌دانند. بنابر این، باید در بین اعضای سازمان این انگیزه را بوجود آورد که بدون ترس از دست دادن موقعیت خود به تسهیم دانش در سازمان بپردازند (اچسیه، ۲۰۰۷). همکاری را می‌توان به این صورت کرد: «درجه یا میزانی که افراد یک گروه فعالانه در کارشان به یکدیگر کمک می‌کنند». وجود فرهنگ همکاری کارکنان سازمان موجب افزایش خلق، تسهیم، ذخیره و به کارگیری دانش می‌شود. یکی از وظایف مدیران در سازمان‌ها ایجاد محیط کار گروهی و همکاری غیر رسمی است. در این صورت نه تنها تسهیم دانش بلکه خلق دانش سازمانی جدید نیز صورت می‌گیرد (لی هوانگ^۱، ۲۰۰۹).

کاربرد دانش: دانش به خودی خود ارزشمند نیست آن زمانی ارزشمند خواهد بود که به کار گرفته شود (لایک و همکاران، ۲۰۱۴). تمام سعی مدیریت دانش بر آن است تا اطمینان حاصل کند که آیا دانش موجود سازمان به طور مفید در جهت منفعت آن به کار برده می‌شود یا خیر. در اینجا باید موانعی که بر سر راه استفاده مفید از دانش وجود دارد شناسایی و رفع شوند تا بتوان اطمینان حاصل کرد که مهارت‌های ارزشمند و دارایی دانش کاملاً مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرند.

به طور کلی دانش به سه طریق می‌تواند در سازمان به کار برده شود. ابتدا از طریق رهنمودها، قوانین، رویه‌ها و دستورالعمل‌هایی که توسط متخصصان در حوزه تخصصی‌شان توسعه یافته است و آن وسیله‌ای برای استفاده غیر متخصصین است. راه دوم کاربرد دانش از طریق روش‌های روتین سازمانی است که اجازه می‌دهند دانش تخصصی افراد در موقعیتی بدون نیاز به ارتباط با سایر افراد به کار گرفته شوند. آخرین راه کاربرد دانش از طریق تیم‌های کاری مستقل^۲ است. این تیم‌ها برای حل مسایل و مشکلاتی که برای آن‌ها دستورالعمل و روش‌های روتین سازمانی وجود ندارد، به وجود می‌آیند. تیم‌های کاری مستقل ترکیبی از افراد با زمینه دانشی خاص مورد نیاز برای حل مسائل هستند. این تیم‌ها می‌توانند به طور آزادانه و خلاقانه در کشان را برای حل مجدد مسایل و افزودن آن‌ها به خدمات، محصولات و فرآیندهای سازمان به کار گیرند (کالوو و همکاران، ۲۰۱۵).

۱. Li, Huang

۲. Self-contained task team

مدیریت دانش و نوآوری

مدیریت دانش مدلی تجاری میان رشته‌ای است که با همه جوانب دانش شامل خلق، کدگذاری، تسهیم و استفاده از دانش برای ارتقا یادگیری و نوآوری در بافت شرکت سر و کار دارد (اردلان و همکاران، ۲۰۱۳). مدیریت دانش، هم با ابزارهای تکنولوژیکی و هم با روش‌های جاری سازمانی شامل تولید دانش جدید، کسب دانش با ارزش از منابع خارجی (ویلیامز و سولیوان^۱، ۲۰۱۱)، استفاده از این دانش در تصمیم‌گیری، وارد کردن دانش در فرایندها، محصولات و خدمات، کدگذاری اطلاعات در اسناد و مدارک، نرم افزارها و پایگاه داده‌ها، تسهیل رشد دانش، انتقال دانش به سایر بخش‌های سازمان و در نهایت اندازه‌گیری دارایی‌های دانشی و اثر گذاری مدیریت دانش سر و کار دارد (یوسفی و همکاران، ۱۳۹۰). بنا به نظر گوپتا و شارما^۲ (۲۰۰۴) در سازمان‌ها هفت سطح دانش وجود دارد که یکی از این سطوح به نام دانش در خدمات و تولیدات است. به این صورت که خدمات و محصولات هر سازمان یا شرکتی باید بر مبنای دانش تولید شود (طالقانی و همکاران، ۱۳۹۰). بسیاری از مطالعات نوآوری نشان داده است که با یکپارچه سازی دانش درون سازمانی و برون سازمانی، نوآوری بهبود می‌یابد (وو، چیانگ و جیانگ^۳، ۲۰۰۲). مولن و لایلس^۴ (۲۰۰۸) بیان می‌کنند که یادگیری سازمانی مستمر، کارایی و اثربخشی نوآوری‌ها را بهبود خواهد داد (لیانو و وو^۵، ۲۰۱۰). کسب دانش جدید و یکپارچه سازی دانش موجود با دانش جدید، باعث نوآوری در محصولات می‌شود (وو، چیانگ و جیانگ، ۲۰۰۲). گرانت (۱۹۹۶)، عنوان می‌کند که یکی از راه‌های ارتقای نوآوری مستمر، توانایی شرکت‌ها در شکل دهی مجدد دانش سازمانی است (آگوئیر و تیس^۶، ۲۰۰۹). از دیگر نقش‌های مدیریت دانش در فرآیند نوآوری می‌توان به تسهیل همکاری بین مرزهای وظیفه ای سازمان، کمک به ایجاد قابلیت، توانمندی و هم‌چنین کاهش پیچیدگی در فرآیند نوآوری اشاره (طالقانی و همکاران، ۱۳۹۰).

مارینا دو پلسیس (۲۰۰۷) پژوهشی با عنوان «نقش مدیریت دانش بر نوآوری» انجام داده است. هدف پژوهش مذکور این بوده است که نقش مدیریت دانش در نوآوری را روشن سازد. وی بیان می‌کند که در جهان پر رقابت امروزی، نوآوری مهم‌ترین عامل بقا سازمان‌ها می‌باشد. ماهیت رشد اقتصاد جهانی به وسیله نوآوری که حاصل سرعت تکامل فن آوری، چرخه حیات کوتاه محصولات و نرخ بالای توسعه محصولات جدید، تغییر داده شده است. هم‌چنین او دریافت که پیچیدگی نوآوری

۱. Williams & Sullivan

۲. Gupta and Sharma

۳. Wu, Chiang, & Jiang

۴. Mullen and Lyles

۵. Liao & Wu

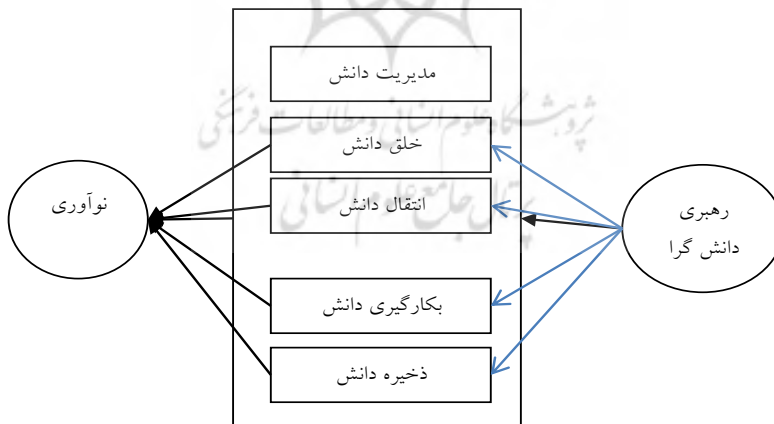
۶. Augier & Teece

به وسیله رشد مقدار دانش موجود در سازمان ها افزایش می یابد. به نظر وی نوآوری به شدت به منابع دانش موجود در یک سازمان بستگی دارد (لورد و شاندریک^۱، ۲۰۱۱).

لوندوال و نیلسن (۲۰۰۷)، در پژوهشی با عنوان «مدیریت دانش و عملکرد نوآوری» این هدف را دنبال می کردند که چرا ساخت و ایجاد یک سازمان یادگیرنده می بایست عنصر مرکزی مدیریت دانش در آن سازمان باشد. به ویژه در شرکت هایی که در بازارهایی عمل می کنند که نوآوری در محصول، پارامتری مهم برای رقابت می باشد. نتیجه تحقیق آنان نشان داد که شرکت هایی که از چندین اقدام سازمانی برای ایجاد سازمان یادگیرنده استفاده کرده اند، از نوآوری بیشتری نسبت به متوسط میانگین نوآوری شرکت ها برخوردار بودند (ماسوله و همکاران، ۲۰۱۳).

سوان و همکاران (۱۹۹۹) پژوهشی با عنوان «مدیریت دانش و نوآوری: شبکه ها و شبکه سازی» انجام دادند. تاکید آنان بر تشویق استفاده از شبکه های اجتماعی فعال در میان طیف وسیعی از مردم جامعه برای انتشار دانش به منظور ایجاد نوآوری، به جای استفاده از شبکه سازی داخل سازمانی (اینترانت) بود. آنان مدلی اجتماع محور برای مدیریت دانش به منظور ایجاد نوآوری تعاملی ارائه داده و آن را با بکارگیری دیدگاهی شناخت محور روشن ساختند (میپی و همکاران، ۲۰۱۲).

آدام برند (۱۹۹۸) به بررسی رابطه مدیریت دانش بر نوآوری سازمانی در شرکت تری ام (3M) پرداخته است. وی بیان می کند که یکی از اهداف اصلی شرکت تری ام تبدیل شدن به نوآورترین شرکت جهان می باشد. از این رو شرکت مذکور طیف وسیعی از سیستم های مدیریت دانش را به کار گرفته است (روو^۲، ۲۰۰۱). بنابر آنچه گفته شد، مدل مفهومی تحقیق حاضر به شرح ذیل می باشد.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

۱. Lord & Shondrick

۲. Rowe

با توجه به ادبیات تحقیق فرضیه اصلی تحقیق بدین گونه است:

- H1: رهبری دانش گرا از طریق مدیریت دانش بر نوآوری تاثیر مثبت و معنی داری دارد.
 هم چنین فرضیه های فرعی زیر نیز در ذیل فرضیه اصلی در نظر گرفته می شود:
- H1.1: رهبری دانش گرا از طریق خلق دانش بر نوآوری تاثیر مثبت و معنی داری دارد.
 H1.2: رهبری دانش گرا از طریق ذخیره دانش بر نوآوری تاثیر مثبت و معنی داری دارد.
 H1.3: رهبری دانش گرا از طریق انتقال دانش بر نوآوری تاثیر مثبت و معنی داری دارد.
 H1.4: رهبری دانش گرا از طریق بکارگیری دانش بر نوآوری تاثیر مثبت و معنی داری دارد.

روش شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ نحوه گردآوری داده ها از نوع توصیفی یا غیرآزمایشی می باشد. جامعه آماری تحقیق شامل ۴۰۰ نفر از کارشناسان ستاد وزارت صنعت، معدن و تجارت در شهر تهران می باشد. با در نظر گرفتن سطح خطای ۰/۰۵ حجم نمونه ۱۹۸ نفر برآورد شد. نمونه گیری نیز به صورت تصادفی ساده انجام شد. ابزار جمع آوری داده ها نیز پرسشنامه ای با ۳۵ گویه بوده است. برای تعیین روایی پرسشنامه از روایی محتوا و روایی سازه استفاده شد. روایی محتوا با کسب نظرات اساتید دانشگاه و متخصصان به دست آمد. برای تعیین روایی سازه نیز از روش تحلیل عاملی تاییدی استفاده گردید. برای تعیین پایایی ابزار اندازه گیری نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. بار عاملی به دست آمده برای تمامی گویه ها از ۰/۵ بزرگتر می باشند. هم چنین ضریب آلفای به دست آمده برای کلیه مقیاس های تحقیق از مقدار ۰/۷ بیشتر می باشد. با توجه به این دو مطلب می توان ادعا کرد که مقیاس های تحقیق از روایی و پایایی مناسبی برخوردار بوده است. برای تجزیه و تحلیل داده ها از تحلیل های توصیفی و تحلیل های استنباطی استفاده شد. آزمون فرضیه های تحقیق از طریق روش تحلیل مسیر و با کمک نرم افزار Smart PLS انجام شد.

یافته های پژوهش

کسب دانش با ارزش از منابع خارجی جدول شماره ۲ وضعیت نمونه آماری از حیث متغیرهای جمعیت شناختی را نشان می دهد:

جدول ۲. نتایج آمار توصیفی بر حسب متغیرهای جمعیت شناختی

سابقه کار	درصد	تحصیلات	درصد	وضعیت تاهل	درصد
تا ۱۰ سال	۷۳/۷	کاردانی و پائین تر	۴	متاهل	۷۶/۷
۱۱ تا ۲۰	۱۲/۱	کارشناسی	۴۹/۶	مجرد	۲۳/۲
۲۱ و بالاتر	۱۴/۱	کارشناسی ارشد	۴۴/۴		
		دکتری	۲		

برای آزمون نرمال بودن داده ها از آزمون کلموگروف- اسمیرنف استفاده می شود. نتایج آزمون نشان داد که همه متغیرها دارای توزیع نرمال می باشند. جدول شماره ۳ شاخص های آمار توصیفی متغیرهای تحقیق و هم چنین نتایج آزمون نرمال بودن را نشان می دهد.

جدول شماره ۳. شاخص های آمار توصیفی متغیرهای تحقیق

متغیر	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی	آماره Z	معنی داری
خلق دانش	۳/۲۷	۰/۷۶۷۶۸	-۰/۳۲۴	-۰/۸۱	۱/۲۷۵	۰/۱۰۲
ذخیره دانش	۳/۱۷	۰/۷۲۲۲۶	۰/۰۳۱	۰/۱۷۲	۱/۱۵۶	۰/۱۱۲
انتقال دانش	۳/۰۹	۰/۷۵۷۰۵	-۰/۰۳۶	-۰/۰۰۱	۱/۱۰۹	۰/۱۶۷
بکارگیری دانش	۳/۱۰	۰/۷۴۵۸۱	-۰/۱۹۱	-۰/۱۵۸	۱/۲۱۱	۰/۱۰۸
مدیریت دانش	۳/۱۶	۰/۶۷۴۴۶	-۰/۱۰۰	۰/۶۸۹	۱/۱۳۵	۰/۱۵۲
رهبری دانش گرا	۳/۰۱	۰/۹۱۹۷۶	-۰/۱۱۷	-۰/۵۰۴	۱/۳۰۴	۰/۰۵۲
نوآوری	۳/۱۶	۰/۷۲۳۴۳	-۰/۰۱۷	۱/۳۹۵	۰/۶۷۵	۰/۷۵۳

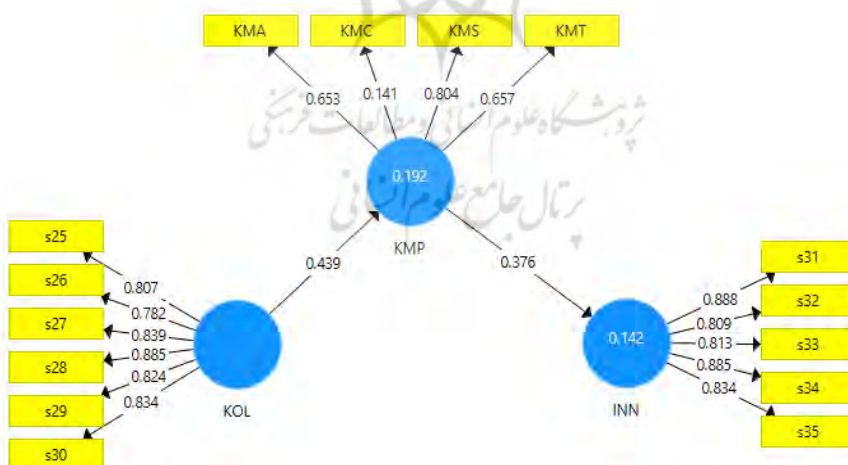
برای آزمون فرضیه های تحقیق ابتدا ضرایب همبستگی بین متغیرها محاسبه سپس فرضیه های اصلی و فرعی تحقیق به روش مدل سازی معادلات ساختاری آزمون گردید. جدول شماره ۴ ضرایب همبستگی بین متغیرها را نشان می دهد:

جدول شماره ۴. ضرایب همبستگی بین متغیرها

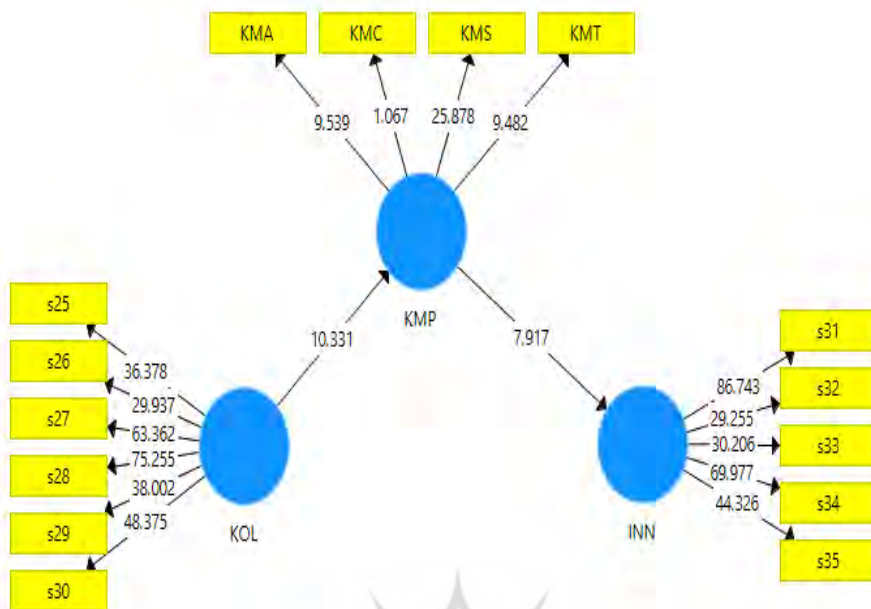
مدیریت دانش	رهبری دانش گرا	انتقال دانش	ذخیره دانش	خلق دانش	بکارگیری دانش	نوآوری
۱						
۰/۶۲۵**	۱					
۰/۸۹۸**	۰/۷۴۸**	۱				
۰/۹۱۸**	۰/۵۹۲**	۰/۷۸۲**	۱			
۰/۹۳۵**	۰/۶۳۸**	۰/۷۱۵**	۰/۷۲۶**	۱		
۰/۸۹۵**	۰/۷۹۵**	۰/۸۳۶**	۰/۷۵۷**	۰/۷۴۲**	۱	
۰/۷۲۲**	۰/۶۲۶**	۰/۶۱۰**	۰/۵۹۴**	۰/۶۷۸**	۰/۶۲۱**	۱

** معنی داری در سطح ۰/۰۱

شکل ۱ و ۲ خروجی نرم افزار در خصوص آزمون فرضیه اول تحقیق را نشان می دهد.



شکل ۱. خروجی آزمون اثر میانجی مدیریت دانش (حالت استاندارد)



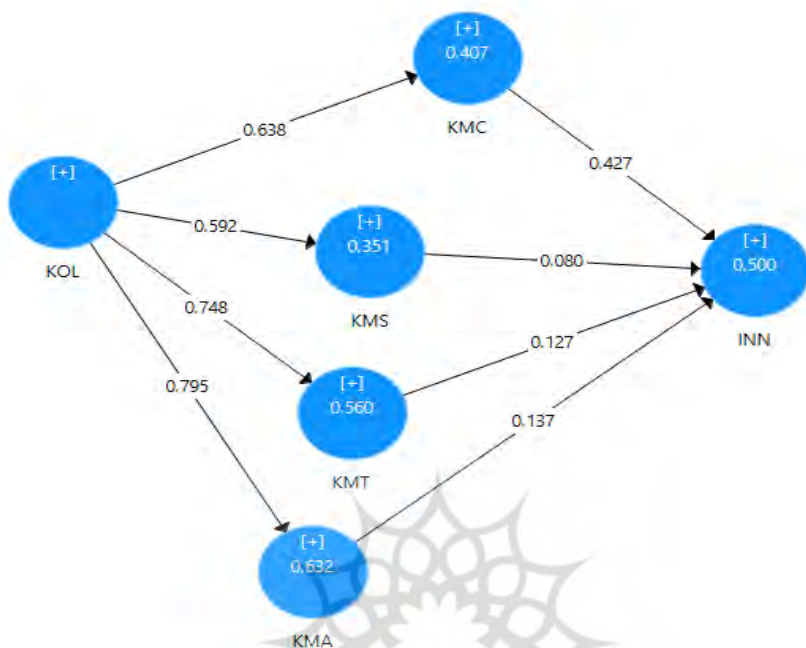
شکل ۲. خروجی آزمون اثر میانجی مدیریت دانش (حالت معنی داری)

جدول شماره ۵ اثرات مستقیم و غیر مستقیم رهبری دانش گرا بر نوآوری سازمانی را نشان می دهد. همان گونه که مشاهده می شود رهبری دانش گرا به طور غیر مستقیم و از طریق مدیریت دانش بر نوآوری تاثیر مثبت و معنی داری دارد.

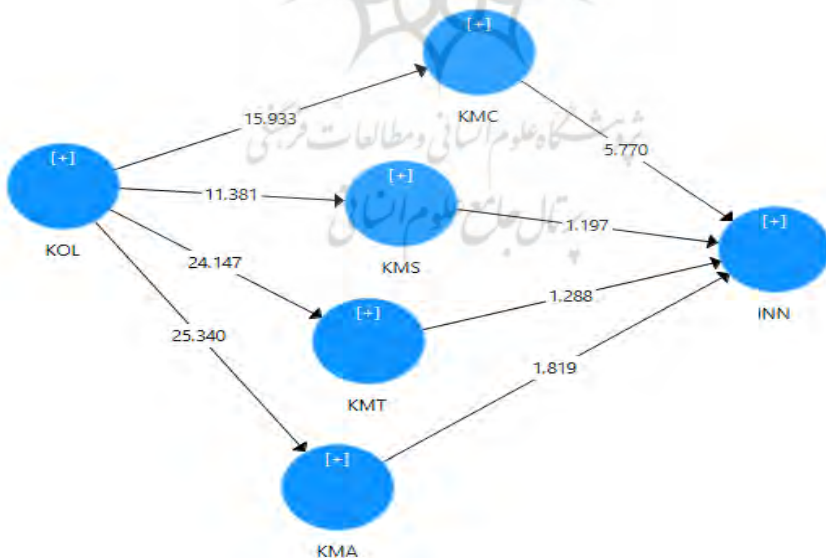
جدول شماره ۵. اثرات مستقیم، غیر مستقیم متغیرها

ضرایب استاندارد شده		مسیر
اثر غیر مستقیم	اثر مستقیم	
-	۰/۴۳۹**	رهبری دانش گرا با اقدامات مدیریت دانش
-	۰/۳۷۶**	اقدامات مدیریت دانش با عملکرد نوآوری
۰/۱۶۵	-	رهبری دانش گرا با عملکرد نوآوری
** همبستگی در سطح معنی داری ۰/۰۱ معنی دار می باشد.		

حال پس از تایید فرضیه اصلی تحقیق، فرضیه های فرعی نیز با روش تحلیل مسیر مورد آزمون قرار گرفتند، شکل ۳ و ۴ خروجی آزمون در دو حالت استاندارد و معنی داری را نشان می دهد:



شکل شماره ۳. نتایج آزمون نقش میانجی ابعاد مدیریت دانش (حالت استاندارد)



شکل شماره ۴. نتایج آزمون نقش میانجی ابعاد مدیریت دانش (حالت معنی داری)

جدول زیر نشان دهنده شاخص های برازش مدل ساختاری بر اساس معیار میانگین واریانس استخراج شده (AVE^۱) و سایر معیارها را نشان می دهد. چنانچه مقادیر AVE برای تمام سازه‌ها بالاتر از ۰/۵ باشد یعنی گویه‌ها بیش از ۵۰٪ واریانس سازه‌های مربوط به خود را تبیین کنند، نشان از وجود اعتبار همگرا در آزمون‌های به کار رفته است (فورنل و لارکر^۲، ۱۹۸۱). اعداد به دست آمده نشان دهنده برازش مدل مناسب مدل ساختاری می باشد:

جدول ۵: شاخص های برازش مدل

	AVE	پایایی ترکیبی
نوآوری	۰/۷۱۹	۰/۹۲۸
بکار گیری دانش	۰/۵۷۱	۰/۸۸۸
خلق دانش	۰/۶۲۸	۰/۸۷۰
ذخیره دانش	۰/۴۹۹	۰/۸۵۶
انتقال دانش	۰/۵۳۸	۰/۸۹۰

نتیجه گیری و پیشنهادها

امروزه خلاقیت و نوآوری به یک مزیت رقابتی مهم برای سازمان‌ها تبدیل شده است. سازمان‌ها برای کسب برتری در بازارهای رقابتی نیازمند ارتقای عواملی هستند که به آن‌ها در ایجاد پتانسیل‌های خلاقیت و نوآوری کمک می‌کند. یکی از عوامل مهم در ایجاد خلاقیت و نوآوری سازمانی، دانش و مدیریت دانش است که با ایجاد سازوکارهای مناسب برای دسترسی و انتقال سریع تر اطلاعات، منجر به افزایش محدوده‌ی خلاقیت سازمانی و گسترش فرایند نوآوری در سازمان می‌شود. در این پژوهش سعی شد با در نظر گرفتن این ارتباط، نقش رهبری دانش‌گرا در ارتقا نوآوری در وزارت صنعت، معدن و تجارت مورد بررسی قرار گیرد، تا بتوان به سازمان‌ها در جهت ارتقای مزیت‌های رقابتی خود و حرکت به سمت کسب مزیت‌های رقابتی پایدار کمک کرد.

اگر تا چندی پیش مدیریت دانش موضوع جالب توجهی در کانون‌های تفکر بود، اکنون سخن از رهبری دانش به میان آمده است و توجه اندیشمندان فعال در قلمروهای مدیریت و اطلاع رسانی را به خود جلب نموده است. البته این دو موضوع جدای از یکدیگر نیستند و در بسیاری از مباحث همپوشانی دارند. رهبری دانش حاکی از تغییر چشمگیر چالش‌های فرا روی مدیران طی سال‌های اخیر است. امروزه کاملاً محتمل است که هیچ عاملی به اندازه ارزش آفرینی نمی‌تواند منشأ تغییرات و تحولات بنیادین در یک سازمان گردد. شاهد و مبنای چنین ادعایی علاقه و تمایل روز افزون

^۱. Average Variance Extracted

^۲. Fornell & Larcker

سازمان ها به یافتن راه های جدیدی است که می توانند به وسیله آن ها ارزش بیشتری را عاید سازمان خودشان نمایند.

یکی از ابعاد مهم پیاده سازی موفق مدیریت دانش، سبک رهبری حاکم بر سازمان است. از آنجا که سبک رهبری در هر سازمان با توجه به نوع سازمان و مسائل حاکم بر آن از سازمان های دیگر متمایز است، تعیین سبک رهبری توانمندساز مدیریت دانش در هر سازمان به صورت مجزا ضرورت دارد. طبق جدول شماره ۴ که نشان دهنده ضرایب همبستگی بین متغیرها می باشد، بین سه متغیر اصلی با یکدیگر رابطه معنی داری وجود داشته است. هم چنین بین ابعاد چهارگانه مدیریت دانش نیز با دو متغیر رهبری دانش گرا و عملکرد نوآوری نیز رابطه معنی داری وجود داشته است. ضریب همبستگی به دست آمده بین نوآوری با رهبری دانش گرا برابر با ۰/۶۲۶، مدیریت دانش با رهبری دانش گرا برابر با ۰/۶۲۵ و بین مدیریت دانش و عملکرد نوآوری برابر با ۰/۷۲۲ بوده است. بین ابعاد چهارگانه مدیریت دانش، شدت ارتباط میان خلق دانش و نوآوری (۰/۶۷۸) بیشتر از سه بعد دیگر بوده است. کمترین میزان ارتباط نیز بین بعد ذخیره دانش و عملکرد نوآوری وجود داشته است. هم چنین بین رهبری دانش گرا و ابعاد چهارگانه مدیریت دانش، بیشترین میزان ارتباط با بعد بکارگیری دانش (۰/۷۹۵) وجود داشته است. این بدان معناست که رهبران دانش گرا به میزان زیادی درگیر فرآیندهای بکارگیری دانش می باشند. نتایج به دست آمده با نتیجه پژوهش دونایت و دپابلو (۲۰۱۴) مطابقت دارد. اما نتایج آزمون مدلسازی معادلات ساختاری که برای آزمون فرضیه ها انجام شد، نشان دهنده این نکته است که رهبری دانش گرا از طریق مدیریت دانش بر نوآوری تاثیر مثبتی دارد. میزان تاثیر غیرمستقیم رهبری دانش گرا بر نوآوری با نقش میانجی مدیریت دانش برابر با ۰/۱۶۵ می باشد. در فرضیه های فرعی نیز تاثیر رهبری دانش گرا بر نوآوری با نقش میانجی ابعاد چهارگانه مدیریت دانش سنجیده شد. نتایج نشان داد که علیرغم وجود تاثیر مثبت رهبری دانش گرا بر هر چهار بعد مدیریت دانش، این نوع سبک رهبری تنها با نقش میانجی خلق دانش بر نوآوری تاثیر دارد.

منابع

- زارعی متین، حسن، مقیمی، سید محمد، غفوریان یاورپناه، هادی (۱۳۹۲)، تحلیل رابطه فرهنگ سازمانی کارآفرینانه و هوش عاطفی، فصلنامه مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۱۱، شماره ۴، ص ۵-۳۱.
- طالقانی، غلامرضا، انواری، علی، افتخاری، لیلا (۱۳۹۱)، رابطه بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی در یک شرکت بیمه، پژوهشنامه بیمه، دوره ۲۷، شماره ۱ (مسلسل ۱۰۵)، ص ۱۵۱-۱۷۱.
- یوسفی، احسان، فیضی، جعفر صادق، سلیمانی، محمد (۱۳۹۰)، بررسی میزان تاثیر مدیریت دانش بر نوآوری (در میان مدیران و کارکنان شرکت های فناوری مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه ارومیه)، نشریه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره ۱، شماره ۳، ص ۲۹-۵۱.

- Ardalan, M. R., skandari, A., Gilani, d. (2013), knowledge management, business intelligence and organizational effectiveness, *Journal of Strategic Management Studies*, Issue 12, pp. 71-100.
- Augier, M., & Teece, D. J. (2009). Dynamic capabilities and the role of managers in business strategy and economic performance. *Organization Science*, 20(2), 410-421 .
- Bhattacharjee, K. K., et al. (2015). Flexibility in E-learning through Knowledge Management Practices: A Case Study. *Systemic Flexibility and Business Agility*, Springer: 143-164.
- Calvo-Mora, A., et al. (2015). "Project to improve knowledge management and key business results through the EFQM excellence model." *International Journal of Project Management*.
- DeTienne, D. R., & Chandler, G. N. (2004). Opportunity identification and its role in the entrepreneurial classroom: A pedagogical approach and empirical test. *Academy of Management Learning & Education*, 3(3), 242-257 .
- Donate, M. J., & de Pablo, J. D. S. (2015). The role of knowledge-oriented leadership in knowledge management practices and innovation. *Journal of Business Research*, 68(2), 360-370 .
- Gasik, S. (2011). "A model of project knowledge management." *Project Management Journal* 42(3): 23-44.
- Hsieh, H.-J. (2007). Organizational characteristics, knowledge management strategy, enablers, and process capability: Knowledge management performance in US software companies, Lynn University.
- Hustad, E. and A. A. B. Arntzen (2013). "Facilitating teaching and learning capabilities in social learning management systems: Challenges, issues, and implications for design." *Journal of Integrated Design & Process Science* 17(1): 17-35.
- Laik, R., et al. (2014). "Integration of conservation agriculture with best management practices for improving system performance of the rice–wheat rotation in the Eastern Indo-Gangetic Plains of India." *Agriculture, Ecosystems & Environment* 195: 68-82.

- Li, Y.-H., et al. (2009). "Entrepreneurial orientation and firm performance: The role of knowledge creation process." *Industrial marketing management* 38(4): 440-449.
- Liao, S.-H., & Wu, C.-c. (2010). System perspective of knowledge management, organizational learning, and organizational innovation. *Expert systems with Applications*, 37(2), 1096-1103 .
- Lord, R .G., & Shondrick, S. J. (2011). Leadership and knowledge: Symbolic, connectionist, and embodied perspectives. *The Leadership Quarterly*, 22(1), 207-222 .
- Mabey, C., Kulich, C., & Lorenzi-Cioldi, F. (2012). Knowledge leadership in global scientific research .*The International Journal of Human Resource Management*, 23(12), 2450-2467 .
- Masouleh, S. A., Koochaksaraei, H. M., Saedi, N., & Mousavian, S. I. (2013). Studying the relationship between spiritual leadership and job satisfaction .
- Nguyen, H. N., & Mohamed, S. (2011). Leadership behaviors, organizational culture and knowledge management practices: An empirical investigation. *The Journal of Management Development*, 30(2), 206-221 .
- Ponzi, L. and M. Koenig (2002). "Knowledge management: another management fad." *Information Research*.
- Rowe, W. G. (2001). Creating wealth in organizations: The role of strategic leadership. *The Academy of Management Executive*, 15(1), 81-94 .
- Williams, P., & Sullivan, H. (2011). Lessons in leadership for learning and knowledge management in multi-organisational settings. *International Journal of Leadership in Public Services*, 7(1), 6-20.
- Wu, W.-Y., Chiang, C.-Y., & Jiang, J.-S. (2002). Interrelationships between TMT management styles and organizational innovation. *Industrial Management & Data Systems*, 102(3), 171-183 .