

بررسی رابطه بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی با

میانجی‌گری هوش سازمانی

(مورد مطالعه: دانشگاه سمنان)

علیرضا مقدم^۱، سهیلا مهمان نوازان^۲

چکیده

هدف کلی این پژوهش بررسی رابطه بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی با میانجی‌گری هوش سازمانی میان کارکنان دانشگاه سمنان بوده است. روش پژوهش از نوع توصیفی - همبستگی بوده است. جامعه آماری پژوهش، شامل کلیه کارکنان دانشگاه و روش نمونه‌گیری از نوع نمونه‌گیری طبقه‌ای ساده بوده است. ابزار جمع‌آوری اطلاعات، پرسش‌نامه‌های مدیریت دانش، نوآوری سازمانی، هوش سازمانی بود، که پس از محاسبه روایی و پایایی، بین افراد نمونه توزیع و جمع‌آوری گردید. اطلاعات با استفاده از روش‌های آمار استنباطی تحلیل شد. نتایج نشان داد که (۱) مدیریت دانش بر هوش سازمانی و هوش سازمانی بر نوآوری سازمانی به طور مستقیم تأثیر دارد (۲) مدیریت دانش به صورت غیر مستقیم و از طریق هوش سازمانی بر نوآوری سازمانی تأثیر دارد. (۳) مدیریت دانش به صورت مستقیم بر نوآوری سازمانی تأثیر می‌گذارد.

واژگان کلیدی: مدیریت دانش، هوش سازمانی، نوآوری سازمانی

۱- تلفن نویسنده پاسخگو: ۰۹۱۲۲۴۸۸۲۲۱ - استادیار دانشگاه سمنان، سمنان، ایران

* پست الکترونیک نویسنده پاسخگو: moghaddam@semnan.ac.ir

۲- کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران

پست الکترونیک نویسنده دوم: smehmannavazan@yahoo.com

مقدمه

در محیط کسب و کار امروزی، تغییرات با گام‌های سریع به وقوع می‌پیوندد. سازمانها در عرصه رقابت در محیط کسب و کار جهانی ملزم هستند تا نسبت به تغییرات مستمر واکنش مطلوب داشته و یا از بین بروند. دنیای کسب و کار از تسلط سرمایه به تفوق دانش تغییر می‌یابد (میر اسماعیلی ۱۳۸۶). دانش به عنوان اساس و مهمترین عامل رقابت مطرح شده است و در کنار دانش، نوآوری نیز به عنوان مهمترین عامل جهت بقای شرکتهای، شناخته شده است (یوسفی و همکاران، ۱۳۹۱). یکی دیگر از عواملی که می‌تواند قدرت رقابت پذیری یک سازمان را افزایش دهد و آن را از دیگر سازمانها متمایز نماید، هوش سازمانی است (مختاری پور، ۱۳۸۹). با شناسایی انواع دانش مورد نیاز و پیاده سازی فرایند خلق، حفظ، انتقال و بکارگیری دانش در سطح فردی و سازمانی، می‌توان هوش سازمانی را ارتقاء داد (طاهری لاری، ۱۳۸۹). سازمانهای هوشمند قابلیت و مهارت خاصی را جهت کسب، سازماندهی و به اشتراک گذاردن انواع دانش‌های سازمان خود را دارند. این سازمانها با مدیریت دانش قادرند همواره رفتارشان را با محیط متغیر و پویا منطبق نمایند و بر عملکردشان بیفزایند (الهی، ۱۳۸۲). سازمان‌های دارای قدرت نوآوری بیشتر نیز، در پاسخ به محیط‌های متغیر و ایجاد قابلیت‌های جدیدی که به آنها اجازه نیل به نوآوری بهتر را می‌دهد، موفق‌تر هستند (صادقی و محتشمی، ۲۰۱۱). دانشگاه‌های پیشرفته دنیا درصدد تغییر نظام آموزشی و آموزش مهارت‌های تبادل دانش به نسل بعدی دانشجویان و تغییر فرآیند تحقیق هستند و با در نظر گرفتن ماهیت کاربردی توسعه به دنبال ایده‌های جدیدند (ترابی و گودرزی، ۲۰۰۹). سازمانی که توان ارائه افکار نو و به کارگیری مناسب آن را در خود داشته باشد، به هیچ وجه از تغییر و تحول روی گردان نبوده، بلکه حتی خود می‌تواند به عنوان عاملی در جهت ایجاد تغییر در محیط خویش عمل کند (کشتکاران و همکاران، ۱۳۸۸). برای کشوری مثل ایران که در سند چشم‌انداز بیست ساله خود قصد دارد گوی رقابت در اقتصاد و تجارت را از همسایگان خود برآید، اقتصاد مبتنی بر دانایی باید استراتژیک‌ترین ابزار باشد تا با مدیریت صحیح اداره شده و به نتیجه دلخواه برسد. برای دسترسی به این مهم بایستی استراتژیکترین ابزارهای دستیابی به هدف یعنی تکنولوژی، اطلاعات، ساختار یاد گیرنده، نیروی انسانی خلاق و نوآور و سازمان هوشمندرا در اختیار گرفته و نقطه تمرکز را بر دستیابی و تقویت آنها

قرار دهیم (فلاح شمس و همکاران، ۱۳۹۱). بنابراین در این مقاله درصدد برآمده‌ایم تا به بررسی رابطه مدیریت دانش و نوآوری سازمانی با میانجی‌گری هوش سازمانی بپردازیم.

مروری بر مبانی نظری

مدیریت دانش

در سال‌های اخیر، سازمانها و شرکت‌های مختلف پیوستن به روند دانش را آغاز کرده‌اند و مفاهیم جدیدی چون کار دانشی، مدیریت دانش و سازمان‌های دانشی، خبر از شدت یافتن این روند می‌دهند (دانش فرد و شهبایی نیا، ۱۳۸۹). تعاریف و مفاهیم متعددی از مدیریت دانش وجود دارد این رویکرد های متفاوت برای مدیریت دانش بر خلق یا ایجاد، پخش، نگهداری و بکارگیری دانش موجود یا جدید اشاره دارد. (کانترا و همکاران^۱، ۲۰۱۱). درک طبقه بندی دانش، گام مهمی در جهت مدیریت دانش است. نوناکا و تاکیوچی^۲ (۱۹۹۵) دانش ضمنی و دانش آشکار را به عنوان انواع دانش پیشنهاد داده‌اند (هاشمی، ۱۳۸۹).

مدیریت دانش دارای مدل‌های مختلفی می‌باشد که مدل استفاده شده در این تحقیق مدل شرون لوسون^۳ (۲۰۰۳) میباشد. این مدل دارای مولفه های خلق (ایجاد)، جذب، سازماندهی، ذخیره، انتشار و کاربرد دانش می‌باشد

خلق دانش: سازمانها تلاشهای آگاهانه ای برای بررسی و تعریف دانش مناسب و مرتبط و منابع آن هم از بیرون و هم از درون انجام می‌دهند. یعنی از طریق کشف راه های جدیدی که کارکنان برای انجام کارها یافته اند به ایجاد و خلق دانش کمک نمود و یا اینکه دانش جدید را از طریق منابع خارجی خریداری نمود. جذب دانش: دانش جدید به عنوان راه ارزشمند و مناسب برای رفع نیازهای فعلی و آینده شناخته شده است و نگهداری دانش یک راه منطقی است که فرآیند دستیابی، استخراج، توزیع دانش را به سادگی امکان پذیر می‌کند. سازماندهی دانش: دانش جدید پالایش و سازماندهی شده است این کار از طریق فیلترینگ برای شناسایی و تهیه فهرست کامل ابعاد مفید دانش بای محصولات و خدمات متفاوت انجام می‌شود. دانش در زمینه و متن قرار گرفته، بنابراین میتوان آن را جستجو، بررسی و ذخیره کرد. ذخیره سازی دانش: دانش مدرن به طریقی ذخیره میشود که افراد

1- Cantnera

2- Lopez-Nicolas & Merono-Cerdan

3- Lowson

سازمانی به آن دسترسی داشته باشند. مدیریت پایگاه داده و تکنولوژی ذخیره داده می‌تواند به این روند کمک کند. انتشار دانش: دانش به شکلی مفید و مطابق با نیازهای خاص استفاده‌کنندگان توزیع و نشان داده می‌شود و همچنین دانش به زبانی مشترک و با ابزارهای قابل استفاده که برای همه کاربران قابل درک باشد تفکیک می‌گردد. کاربرد دانش: دانش در زمینه‌ای استفاده می‌شود که در آن کاربران می‌توانند دانش را یاد گرفته و دانش جدید را تولید کنند. در فرآیند یادگیری، تجزیه و تحلیل و ارزیابی منتقدانه از ایده‌ها و طرحها، دانش باید وجود داشته باشد (علامه و همکاران، ۲۰۱۱).

هوش سازمانی

اولین بار واژه هوش سازمانی به وسیله ماتسودا ارائه شد. وی هوش سازمانی را ترکیبی از دو عامل هوش انسانی و هوش ماشینی می‌داند (حسینعلی شیرازی و همکاران، ۱۳۹۰). هوش سازمانی درحقیقت قابلیت یک سازمان درافزایش اطلاعات، نوآوری، دانش عمومی و عمل موثر بر پایه‌ی ایجاد دانش است (شاهین و فحیمی آذر، ۱۳۹۰). آلبرشت^۱ برای استفاده‌ی درست از هوش سازمانی سه گام اساسی آغاز اندیشیدن مدیران، دادن قدرت و اختیار فکر کردن به کارکنان و تهاجم بی وقفه و سیستماتیک به سمت علل جهالت و نادانی دسته جمعی را توصیه می‌کند: (آلبرشت، ۲۰۰۳). در زمینه هوش سازمانی مدلای مختلفی ارائه شده است اما مدل استفاده شده در این تحقیق مدل هوش سازمانی آلبرشت می‌باشد، آلبرشت هفت بعد از هوش سازمانی را ذکر می‌نماید:

چشم انداز استراتژیک: چشم انداز استراتژیک به این اشاره دارد که راهبردهای اساسی و مهم در سازمان شناسایی و کلیه کارکنان آن را پذیرفته و در جهت آن هماهنگ شده باشند، در عین حال متخصصان و رهبران فرصت بازبینی و بازنگری آن را در نشست‌های سالیانه فراهم می‌کنند و فرصتها و تهدیدهای ناشی از عوامل محیطی به طور دائم مورد بازبینی قرار گیرد.

سرنوشت مشترک: به معنای اینکه کارکنان خود را عضو موثری از سازمان تلقی کنند و مدیران در طرح‌ها و برنامه‌ها، اجرا و ارزشیابی با مشارکت کارکنان عمل نمایند در نتیجه آنها ماموریت‌های سازمانی را می‌شناسند و حس همدلی و همبستگی نسبت به اهداف پیدا می‌کنند.

میل به تغییر: در محیط هایی که گرایش به تغییر وجود دارد افراد به تشویق به تجدید نظر در ارزش ها و الگوهای کسب کار خود میشوند و این امر را به عنوان فرصتی برای یادگیری اندیشه ها و روش های جدید میداند. سازمانهایی که از قابلیت انعطاف و سازگاری بیشتری با تغییرات محیطی برخوردارند، به موفقیت ها و پیشرفت های بهتری دست پیدا میکنند در چنین سازمانهایی کارکنان تشویق به ابتکار و نوآوری و یافتن راههای بهتر انجام کار خود میشوند.

روحیه: عنصر روحیه نشان دهنده تمایل به فعالیت فراتر از معیارهاست. در یک سازمان با روحیه پایین کارکنان فقط کارهای خود را به درستی انجام میدهد در حالیکه در یک سازمان با روحیه بالا، بیشتر از حد انتظار تلاش می کنند و انرژی آنها دائم در حال افزایش است.

اتحاد و توافق: اعضای سازمان باید برای رسیدن به اهداف و مأموریت های سازمانی توافق داشته و با یکدیگر تشریک مساعی کند. تحقق چنین امری بدون وجود قوانین اجرایی میسر نخواهد شد و مشکلات و اختلاف نظر های فراوانی را به دنبال خواهد داشت.

کاربرد دانش: منظور از کاربرد دانش بازیافتن و استفاده از دانش در تصمیم گیریها، حل مسائل، ابتکار و نوآوری و ایجاد تغییر در سازمان است. به طوری کلی دانش سازمان بایستی در ایجاد فرآیند ها خدمات و محصولات سازمان به صورت عملی به کار گرفته شوند.

فشار عملکرد: مدیران نباید صرفاً درگیر عملکرد (اجرا) باشند. در یک سازمان هوشمند، هر یک از مجریان باید در موضع اجرایی خود باشند. رهبران میتوانند مفهوم اهرم اجرایی را ترویج دهند و از آن پشتیبانی کنند؛ اما این امر وقتی بیشترین اثر را داراست که تحت عنوان یک مجموعه موثر از انتظارهای متقابل و الزام عملیاتی برای موفقیت مشترک باشد مطالعات پژوهشی در زمینه هوش سازمانی در ابتدای راه خود قرارداد (آلبرشت، ۲۰۰۳؛ موغلی و عزیزی، ۲۰۰۸؛ جعفری و فقیهی، ۱۳۸۸؛ فقیهی و همکاران، ۱۳۹۰؛ باقرزاده و همکاران، ۱۳۹۱؛ میرسپاسی و افقهی، ۱۳۹۱).

نوآوری سازمانی

مفهوم نوآوری توجه تعداد زیادی از محققان را به خود جلب کرده است. این مفهوم را اولین بار شومپتر^۱ در سال ۱۹۳۴ مطرح کرده که به عنوان فرایند ایجاد نام تجاری جدید، محصولات، خدمات و فرایندها و تاثیر آن بر رشد اقتصادی مطرح شده است (خان و همکاران، ۲۰۰۹). به خاطر ویژگی های

طول زمان، عدم قطعیت و چند تخصصی بودن فرآیند نوآوری، باید اهمیت و ارزش نوآوری به عنوان الویت اول سازمان اعلام شود و ایجاد مکانیزم‌های قدردانی به منظور اندازه‌گیری رفتارها و دستاوردهای نوآوری ابداع شوند (صادقی و محتشمی، ۲۰۱۱). صاحب‌نظران عوامل ایجاد کننده رشد خلاقیت و نوآوری در دانشگاه را ایجاد ساختار سازمانی پویا و منعطف در دانشگاه، به کارگیری و جذب نیروهای خلاق و نوآور در دانشگاه، امکانات مناسب تحقیقاتی و مالی برای کوششهای نوآورانه، آزادی عمل کافی در انجام فعالیت‌ها و تلاش‌های خلاق، به کارگیری نتایج حاصل از فعالیت‌های خلاق و دادن پاداش‌های مناسب به افراد خلاق می‌دانند (محبوبی و توره، ۱۳۸۷). سازمان‌های تجاری تلاش می‌کنند با استفاده از انواع نوآوری به وجود آورنده ارزش و شایستگی‌های رقابتی برای سازمان خود باشند (شهبانی و جلیلیان، ۱۳۹۰).

نوآوری محصول: برای بیشتر سازمان‌ها نوآوری محصول مرکز تلاش‌های تحقیق و توسعه هستند. اگرچه تحقیق و توسعه می‌تواند در هر ناحیه از سازمان جداگانه اتفاق بیفتد اما امروزه در سراسر شرکت گسترده شده است.

نوآوری فرآیند: نوآوری فرآیندی ابزاری را در جهت حفظ و بهبود کیفیت و صرفه جویی هزینه‌ها فراهم می‌کند (جیمینز و همکاران^۱، ۲۰۰۸). هدف از نوآوری فرآیند این است که بهره‌وری را در یک سازمان افزایش دهیم. بنابراین نوآوری فرآیند کمک می‌کند که نسبت ورودی به خروجی یک شرکت را افزایش دهیم (وایت و برتون^۲، ۲۰۱۱).

ارتباط بین مدیریت دانش و هوش سازمانی :

افراد در سازمان عواملی هستند که انتقال دانش و اطلاعات در همه سطوح به آنها بستگی دارد. بنابراین غلبه بر تمامی موانع و خلق انگیزاننده‌ها حیاتی و اساسی است. در جهان پیچیده امروز، جایی که تنها دانش و اطلاعات می‌تواند ابهامات را حل نماید واضح است که تقویت سازمان در موضوعات مدیریت دانش مهم است و به دلیل اینکه رمز بقای سازمان در دستان افراد سازمان هوشمند می‌باشد، بنابراین در عصر اطلاعات و ارتباطات، هوش سازمانی در رقابتهای گسترده جهانی تعیین کننده است (موغلی و عزیز، ۲۰۰۸). ارتقاء و بهبود هوش سازمانی با پیاده‌سازی مدیریت

1- Jiménez

2- White & Bruton

دانش مرتبط است. هلال معتقد است که هوش سازمانی تابعی از پنج زیر سیستم شناختی، ساختار سازمانی، فرهنگ، روابط ذی نفعان، مدیریت دانش و فرایندهای استراتژیک می‌داند. مدیریت دانش، یک ابزار مدیریتی جهت دستیابی به اهداف سازمانی می‌باشد. پیاده سازی مدیریت دانش با در نظر گرفتن زیرساختهای فنی و اجتماعی می‌تواند یک استراتژی موفق برای افزایش هوش سازمانی باشد به لحاظ اینکه مدیریت دانش، فرایند مدیریت سرمایه فکری است و دو هدف عمده را دنبال می‌کند که عبارتند از:

۱- هوشمندانه نمودن تا سر حد امکان عمل یا فعالیت سازمان جهت کسب بقاء و موفقیت کلی ۲- درک و فهم ارزش بهترین دارائی‌های دانشی آن (طاهری لاری، ۱۳۸۹). دانش یک دارایی میباشد و هوش یک ویژگی و هر دو در عمل از هم جداشدنی نیستند. دانش و هوش اگر به طور درست و مناسب به کار گرفته شوند، میتوانند ارزشهای بیشماری را خلق کنند (فلاح شمس و همکاران، ۱۳۹۱).

ارتباط هوش سازمانی و نوآوری سازمانی

هوش سازمانی نتیجه اجتماعی هوش فردی است و به آن مربوط میشود. از آنجاکه نوآوری یعنی ارائه یک ایده جدید بنابراین نوآوری نیازمند هوش است و نبود هوش فردی و سازمانی، سازمان را در دستیابی به راه حل مشکلاتش دچار سردرگمی و ناتوانی میکند. هوش سازمانی، سازمان را در رویارویی با محیط آشفته و پرابهام امروزی توانا می‌سازد (فلاح شمس و همکاران، ۱۳۹۱). هوش سازمانی خلاقیت و نوآوری را در سازمان حمایت و پشتیبانی می‌کند. به عبارت دیگر؛ هوش سازمانی توسعه و رشد دهنده ی سازمانی است که در آن افراد به طور مستمر توانایی های خود را افزون می‌سازند تا به نتایجی که مد نظر است دست یابند. در این وضعیت، الگوهای جدید تفکر رشد می‌یابند، اندیشه های جمعی و گروهی ترویج می‌شوند و افراد، چگونگی آموختن را در سازمان، به اتفاق می‌آموزند و مهارت های ویژه در یادگیری تطبیق به منظور دست یابی به مزیت های رقابتی پایدار را ارتقا می‌دهند (محبوبی و توره، ۱۳۸۷).

ارتباط مدیریت دانش و نوآوری سازمانی

در ادبیات مرتبط با نوآوری، دانش به عنوان یکی از مهمترین اجزای فرایند خلق نوآوری مطرح گردیده است و اهمیت مدیریت دانش و رابطه آن با نوآوری به طور گسترده تأیید شده است.

مدیریت مؤثر دانش ارتباطات دانشی را آسان میکند و نیازهای جریان نوآوری را تغییر میدهد و علاوه بر آن عملکردهای نوآورانه را از طریق توسعه بینشها و تواناییهای جدید افزایش میدهد. مدیریت دانش، مفهوم بسیار ارزشمندی است که زمینه را برای نوآوری فراهم میسازد. مدیریت دانش برای تولید موفقیت آمیز محصولات جدید و برای نوآوری در شرکتهای ضروری به نظر میرسد. همچنین نوآوری قادر است تا دانش ضمنی را به دانش صریح تبدیل نماید. نقش مدیریت دانش بر نوآوری را از منظر تولید نیز میتوان مورد بررسی قرار داد. امروزه موفقیت سازمان تا حدود زیادی وابسته به توانایی تبدیل یادگیری حاصل از تغییرات به دانش است که در نوآوریها و تولید محصول تجلی می‌یابد مدیریت دانش در بهبود فرایند تولید و خدمات، مهمترین نقش را دارد (بوسفی و همکاران، ۱۳۹۱). از دیگر نقش‌های مدیریت دانش در فرآیند نوآوری می‌توان در تسهیل همکاری بین مرزهای وظیفه‌ای سازمان، کمک به ایجاد قابلیت، توانمندی و همچنین کاهش پیچیدگی در فرآیند نوآوری اشاره کرد (طالقانی و همکاران، ۱۳۹۰).

پیشینه پژوهش

لیائو و بو^۱ (۲۰۱۰)، رابطه بین مدیریت دانش، یادگیری سازمانی و نوآوری سازمانی را تحلیل کرده و نتایج نشان داد که یادگیری سازمانی متغیر میانجی بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی است و درست مانند یک سیستم، مدیریت دانش ورودی و یادگیری سازمانی یک فرآیند کلیدی و نوآوری یک خروجی مهم است. موغلی و عزیزی (۲۰۰۸)، در پژوهشی یافتند که ارتباط مهمی بین هوش سازمانی و توسعه مدیریت دانش سازمانی می‌باشد. والکر^۲ (۲۰۰۷)، در ارزیابی تأثیر انواع نوآوری برویژگی‌های سازمانی مشخص کرد که سازمان‌ها برای ایجاد نوآوری برای تحقق نوآوری سازمانی باید آنها با تغییرات شدید سازگاری بیشتری داشته باشند و نقش مدیریت سازمان در ایجاد چنین محیط انعطاف‌پذیری بسیار اهمیت دارد. چانگ و لی^۳ (۲۰۰۸)، در بررسی رابطه قابلیت ذخیره دانش و نوآوری سازمانی نشان دادند که بین مدیریت دانش و نوآوری فنی ارتباط معنا داری وجود دارد و نیز رابطه بین قابلیت ذخیره دانش و نوآوری اداری معنا دار و مثبت است. شاهین و فخمی‌آذر (۱۳۹۰)، نیز به این نتیجه رسیدند که بین زیرسیستم مدیریت دانش و هوش سازمانی رابطه

1- Liao & Wu

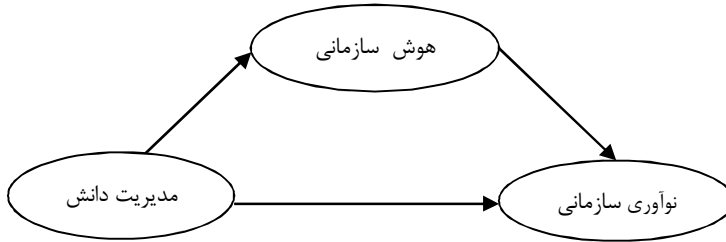
2- Walker

3- Chang & Lee

مثبت و معنادار وجود دارد. آزما و مصطفی پور (۲۰۱۱)، پژوهشی را تحت عنوان شناسایی شاخص های مدیریت دانش و یادگیری سازمانی و ارتباط آن با خلاقیت انجام دادند. این شاخص ها عبارتند از: ۱- خلق دانش ۲- اشتراک گذاری دانش ۳- پالایش دانش ۴- چشم انداز مشترک ۵- تفکر سیستمی ۶- کار یادگیری تیمی. لیائو، فی و ویو^۱ (۲۰۰۸)، نتایجشان نشان داد که، اینرسی دانش از طریق یادگیری سازمانی روی نوآوری سازمانی تأثیر دارد. طبرسا، ابدالی و حاتمی (۱۳۹۰)، در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که رابطه علی بسیار قوی میان هوش سازمانی و یادگیری سازمانی و نیز میان هوش سازمانی با خلق دانش وجود دارد. شهابی و جلیلیان (۱۳۹۰)، به این نتیجه رسیدند که اینرسی دانش بر یادگیری سازمانی و یادگیری سازمانی بر نوآوری سازمانی به صورت مستقیم تأثیر دارد. کیوان آرا، یزدخواستی، بهرامی و مسعودیان (۱۳۹۰)، گزارش کردند که به کارگیری دانش به روز، توزیع، تبادل و به اشتراک گذاری دانش و آگاهی از عوامل محیطی و نیز حفظ بقا و حیات، زمینه ساز ایجاد هوش سازمانی در دانشگاه ها می باشد. طالبی زاده و یعقوبی (۱۳۹۱) نیز در پژوهشی در سازمان امور اقتصادی و دارایی شهر کرمان به این نتیجه رسیدند که هوش سازمانی با نوآوری سازمانی رابطه مستقیم دارد. علامه و زارع (۱۳۸۷) نتیجه گیری کردند که بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی رابطه مستقیمی وجود دارد. یافته های پژوهش یوسفی، فیضی و سلیمانی (۱۳۹۱) نشان دهنده وجود رابطه معنادار بین مدیریت دانش و نوآوری میباشد. نتایج هادیزاده مقدم، محبی و قلیچ لی (۱۳۹۱) نشان دهنده وجود رابطه معنادار و مثبت میان تسهیم دانش و نوآوری می باشد. ودادی و عبدالعلیان (۱۳۹۱)، نتیجه گیری کردند که بین مدیریت دانش و ابعاد سخت و نرم آن و نوآوری سازمانی رابطه مثبت وجود دارد.

مدل مفهومی پژوهش

مدل مفهومی زیر با توجه به مطالعات نظری و تجربی صورت گرفته، به منظور نشان دادن رابطه ی بین متغیرها و فرضیه های پژوهش در شکل ۱ نشان داده شده است.



شکل شماره ۱: مدل مفهومی پژوهش

ابعاد مدیریت دانش: خلق دانش، جذب دانش، سازماندهی دانش، ذخیره دانش، انتشار دانش، کاربرد دانش

ابعاد هوش سازمانی: چشم انداز استراتژیک، سرنوشت مشترک، میل به تغییر، روحیه، اتحاد و توافق، کاربرد دانش، فشار عملکرد

ابعاد نوآوری سازمانی: نوآوری خدمات، نوآوری رفتاری، نوآوری فرایندی، نوآوری استراتژیک
با توجه به روابط ساختاری موجود در مدل مفهومی پژوهش، فرضیات تحقیق به صورت زیر تعریف می‌گردد:

- فرضیه اول: مدیریت دانش تاثیر مستقیم و معنادار بر هوش سازمانی دارد.
- فرضیه دوم: مدیریت دانش تاثیر مستقیم و معنادار بر نوآوری سازمانی دارد.
- فرضیه سوم: هوش سازمانی تاثیر مستقیم و معنادار بر نوآوری سازمانی دارد.

روش پژوهش

با توجه به اینکه تحقیق حاضر به بررسی تأثیر مدیریت دانش بر نوآوری سازمانی با میانجی‌گری هوش سازمانی کارکنان دانشگاه سمنان می‌پردازد، روش تحقیق مورد استفاده آن توصیفی از نوع همبستگی می‌باشد. جامعه‌ی آماری مورد نظر در این پژوهش شامل کلیه کارکنان دانشگاه سمنان میباشد که ۱۱۰ نفر از کارکنان با استفاده از روش طبقه‌بندی ساده از بین کل کارکنان انتخاب شدند که ۷۶ نفر از آنها آقایان و ۳۴ نفر خانم‌ها بودند. در تحقیق حاضر از سه ابزار استفاده شد:

پرسشنامه هوش سازمانی استفاده شده در این پژوهش در سال ۲۰۰۳ توسط کارل آلبرشت طراحی گردیده است. که شامل ۴۷ گویه و ۷ بعد: چشم انداز استراتژیک، سرنوشت مشترک، میل به تغییر، روحیه، اتحاد و توافق، کاربرد دانش، فشار عملکرد میباشد. در این پرسشنامه برای پاسخگویی از

مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت (کاملاً موافقم، موافقم، مطمئن نیستم، مخالفم، کاملاً مخالفم) استفاده شده است. برای سنجش نوآوری، از پرسشنامه نوآوری سازمانی حامد بردبار (۱۳۹۱) استفاده شده است که با توجه به موضوع پژوهش و جامعه آماری مورد استفاده تغییراتی در آن صورت گرفت. پرسشنامه نوآوری سازمانی شامل ۱۵ گویه و ۴ بعد: نوآوری خدمات، نوآوری رفتاری، نوآوری فرآیندی و نوآوری استراتژیک می‌باشد و برای پاسخگویی از مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت (کاملاً موافقم، موافقم، مطمئن نیستم، مخالفم، کاملاً مخالفم) استفاده شده است. در نهایت به منظور سنجش مدیریت دانش، از پرسشنامه مدیریت دانش شرون لاوسون (۲۰۰۳) استفاده شده است که مشتمل بر ۲۴ گویه و ۶ بعد (خلق دانش، جذب دانش، سازماندهی دانش، ذخیره دانش، انتشار دانش، کاربرد دانش) می‌باشد و به صورت طیف لیکرت درجه‌بندی شده است

روایی و پایایی ابزار تحقیق

برای سنجش روایی ابزار تحقیق از روش روایی همگرایی^۱ استفاده شده است. روایی همگرا عبارتست از همبستگی نسبتاً قوی میان سؤال مربوط به یک بعد با همان بعد که توصیه می‌شود ضریب همبستگی پیرسون در این حالت بزرگتر از ۰/۴ باشد (دروست، ۲۰۱۱). برای این منظور ضریب همبستگی بین گویه‌های هر بعد با نمره کل آن بعد محاسبه گردید که نتایج آن به صورت کمترین و بیشترین ضریب همبستگی گویه‌ها در هر بعد در جدول ۱ آمده است. همانطور که مشاهده می‌شود ضریب همبستگی گویه‌های هر بعد با نمره کل آن بعد بیش از ۰/۴ (در سطح اطمینان بیش از ۹۹ درصد) بوده است. بنابراین بر اساس نظر ویلیامز^۲ و همکاران (۲۰۱۲) گویه‌های هر بعد شاخص مهمی برای اندازه‌گیری آن بعد به شمار می‌روند.

همچنین برای اطمینان از پایایی پرسش‌نامه‌ها ضریب آلفای کرونباخ در هر بعد و برای هر پرسشنامه محاسبه شد. نتایج جدول نشان می‌دهد که تمام پرسشنامه‌ها از پایایی لازم (ضریب آلفا بالای ۰/۷) برخوردارند.

1- Validity Convergent
2- Williams

جدول شماره ۱: روایی و پایایی پرسشنامه

پرسشنامه هوش سازمانی										
کل پرسشنامه	فشار عملگر د	کاربرد دانش	اتحاد و توافق	روحیه	میل به تغییر	سرنوشت مشترک	چشم انداز استراتژیک	بعد		
۰,۳۳-۰,۷۶	۰,۶۴-۰,۸۲	۰,۶۱-۰,۷۳	۰,۵۴-۰,۷۷	۰,۵۶-۰,۷۷	۰,۴۳-۰,۷۵	۰,۵۰-۰,۷۵	۰,۶-۰,۸۱	همبستگی		
۰,۰۰۱	۰,۰۰۱	۰,۰۰۱	۰,۰۰۱	۰,۰۰۱	۰,۰۰۱	۰,۰۰۱	۰,۰۰۱	سطح معناداری	روایی	
۰,۹۲	۰,۸۹	۰,۸۵	۰,۸۳	۰,۸۴	۰,۷۵	۰,۷۱	۰,۷۰	ضریب آلفا	پایایی	
پرسشنامه نوآوری سازمانی										
			کل پرسشنامه	نوآوری استراتژیک	نوآوری فرآیندی	نوآوری رفتاری	نوآوری خدمات	بعد		
			۰,۳۴-۰,۷۸	۰,۸۷-۰,۹۰	۰,۵۹-۰,۷۶	۰,۷۴-۰,۸۷	۰,۵-۰,۷۱	۰,۵۰-۰,۷۱	۰,۵۰-۰,۷۱	
			۰,۰۰۱	۰,۰۰۱	۰,۰۰۱	۰,۰۰۱	۰,۰۰۱	۰,۰۰۱	۰,۰۰۱	روایی
			۰,۹۳	۰,۹۱	۰,۸۰	۰,۹۰	۰,۷۶	۰,۷۶	۰,۷۶	پایایی
پرسشنامه مدیریت دانش										
	کل پرسشنامه	کاربرد دانش	انتشار دانش	ذخیره‌ساز ی دانش	سازماندهی دانش	جذب دانش	خلق دانش	بعد		
	۰,۴۳-۰,۷۴	۰,۷۵-۰,۶۳	۰,۷۵-۰,۸۲	۰,۶۵-۰,۸۶	۰,۷۴-۰,۸۲	۰,۷۰-۰,۸۳	۰,۶۹-۰,۸۴	۰,۶۹-۰,۸۴		
	۰,۰۰۱	۰,۰۰۱	۰,۰۰۱	۰,۰۰۱	۰,۰۰۱	۰,۰۰۱	۰,۰۰۱	۰,۰۰۱	روایی	
	۰,۸۵	۰,۷۹	۰,۷۰	۰,۰,۷۳	۰,۷۱	۰,۸۶	۰,۸۶	۰,۸۶	پایایی	

یافته ها

الف) تحلیل همبستگی

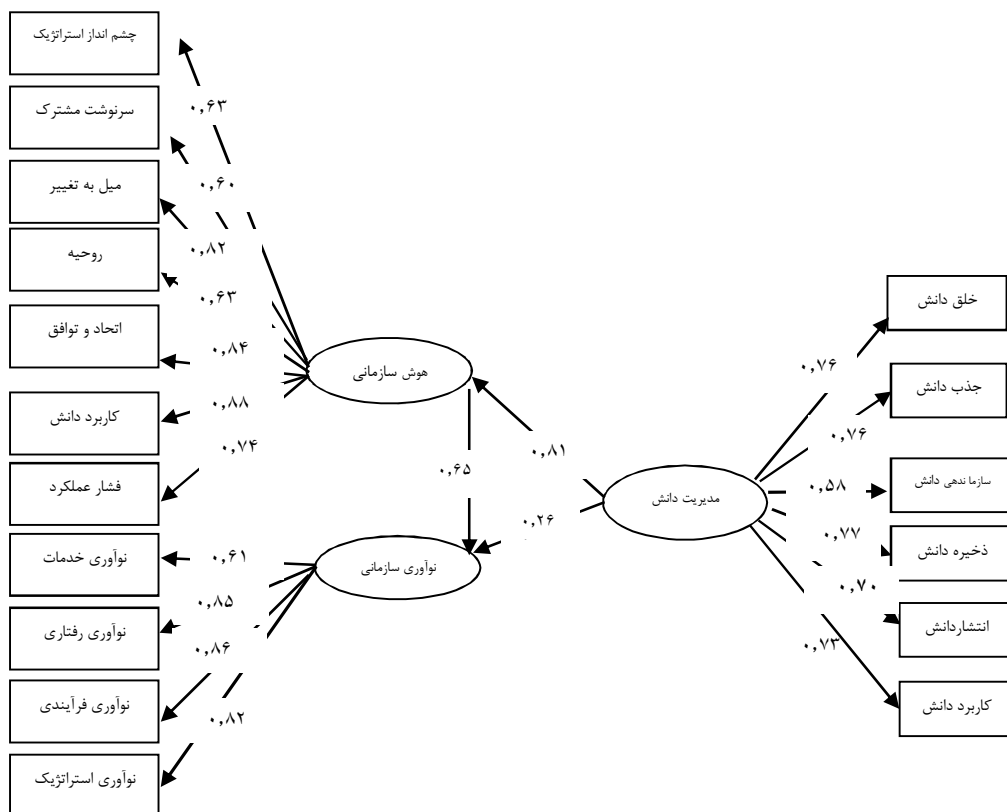
برای آزمون رابطه بین متغیرهای اصلی تحقیق از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است. نتایج نتایج آزمون همبستگی پیرسون بین ابعاد مدیریت دانش (خلق دانش، جذب دانش، سازماندهی دانش، ذخیره دانش، انتشار دانش، کاربرد دانش) با ابعاد نوآوری سازمانی (نوآوری خدمات؛ نوآوری رفتاری؛ نوآوری فرآیندی؛ نوآوری استراتژیک) و ابعاد هوش سازمانی (چشم انداز استراتژیک؛ میل به تغییر؛ سرنوشت مشترک؛ روحیه؛ اتحاد و توافق؛ کاربرد دانش؛ فشار عملکرد) در جدول شماره ۲ ارائه شده است. همانطور که مشاهده می شود در اکثر موارد رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

ب) تحلیل معادلات ساختاری

به منظور آزمون فرضیه های تحقیق از تحلیل معادلات ساختاری استفاده شده است. شکل ۲ و ۳ روابط ساختاری مدل تحقیق را به ترتیب در حالت تخمین استاندارد و ضرایب معنی داری نشان می دهد. همچنین به منظور تخمین برازش مدل از شاخص های مختلفی بهره گرفته شده است. یکی از بهترین شاخص های تخمین برازش، تقسیم خی دو بر درجه آزادی می باشد که هر چه کوچکتر از ۳ باشد مدل دارای برازش (تناسب) بهتری است. این مقدار در مدل نهایی آماری این پژوهش ۲/۹۶ به دست آمده است که نشان دهنده برازش مناسب مدل می باشد. شاخص دیگر RMSEA (میانگین مجذور خطاهای مدل) می باشد. در مدل آماری این پژوهش مقدار RMSEA (۰/۰۸) به دست آمده است که حاکی از برازش متوسط است. به طور کلی ضریب سایر شاخص های تخمین برازش نظیر RFI، NNFI، NFI، GFI، IFI و CFI بین صفر و یک بوده و به عنوان قاعده کلی مقادیر نزدیک به ۰/۹۰ به نیکویی برازش دلالت دارد. که در این مدل ضریب GFI برابر با ۰/۹۲؛ ضریب IFI برابر با ۰/۹۱؛ ضریب CFI برابر با ۰/۹۱ و ضریب NFI برابر با ۰/۹۸ و ضریب NNFI برابر با ۰/۹۰ و ضریب RFI برابر با ۰/۸۶ می باشد و شاخص خطای SRMR برابر با ۰/۱۰ است که نشان دهنده این است که مدل مذکور برازش نسبتاً مناسبی دارد.

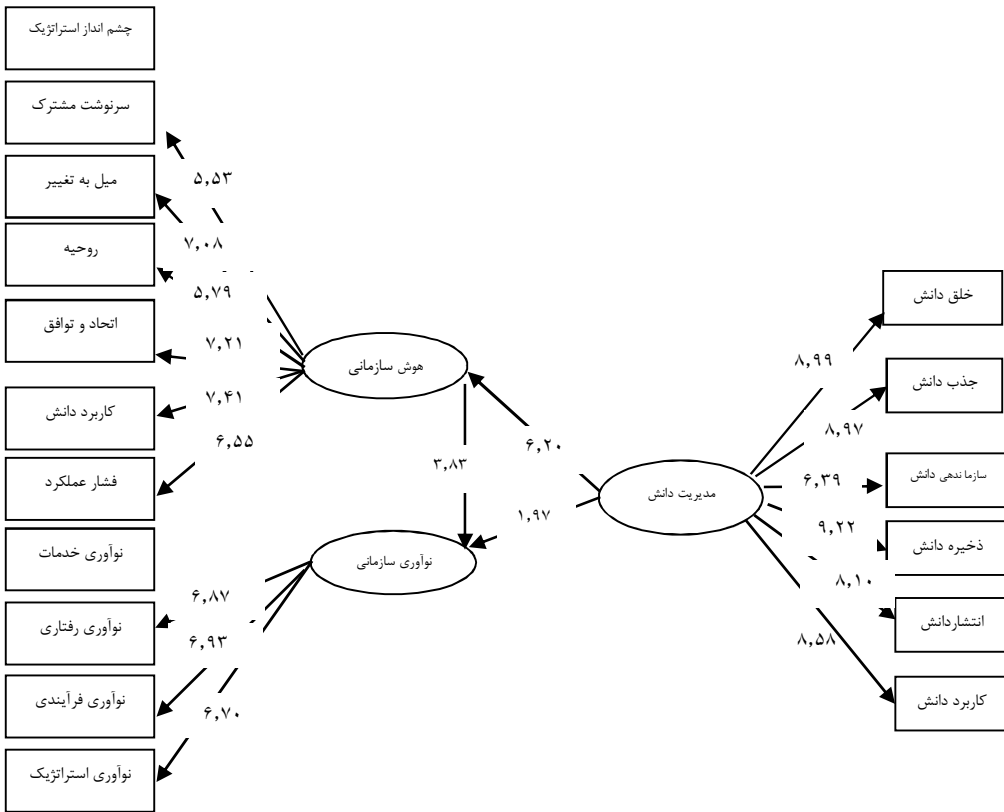
جدول شماره ۲: تحلیل همبستگی متغیرهای پژوهش

متغیرها	(۱)	(۲)	(۳)	(۴)	(۵)	(۶)	(۷)	(۸)	(۹)	(۱۰)	(۱۱)	(۱۲)	(۱۳)	(۱۴)	(۱۵)	(۱۶)	(۱۷)
خلق دانش	-																
جذب دانش	۰.۶۴ ^{***}	-															
سازماندهی دانش	۰.۳۶ ^{***}	۰.۳۵ ^{***}	-														
ذخیره دانش	۰.۵۹ ^{***}	۰.۴۹ ^{***}	۰.۶۰ ^{***}	-													
انتشار دانش	۰.۴۲ ^{***}	۰.۴۲ ^{***}	۰.۶۵ ^{***}	۰.۸۳ ^{***}	-												
کاربرد دانش	۰.۵۳ ^{***}	۰.۶۱ ^{***}	۰.۳۸ ^{***}	۰.۴۴ ^{***}	۰.۴۶ ^{***}	-											
نوآوری خدمات	۰.۳۷ ^{***}	۰.۴۴ ^{***}	۰.۲۷ ^{***}	۰.۲۶ ^{***}	۰.۲۷ ^{***}	۰.۵۴ ^{***}	-										
نوآوری رفتاری	۰.۶۰ ^{***}	۰.۵۵ ^{***}	۰.۲۹ ^{***}	۰.۵۱ ^{***}	۰.۳۹ ^{***}	۰.۶۰ ^{***}	۰.۴۶ ^{***}	-									
نوآوری فرآیندی	۰.۵۱ ^{***}	۰.۵۸ ^{***}	۰.۳۳ ^{***}	۰.۳۹ ^{***}	۰.۳۵ ^{***}	۰.۶۴ ^{***}	۰.۶۹ ^{***}	۰.۶۹ ^{***}	-								
نوآوری استراتژیک	۰.۶۷ ^{***}	۰.۴۶ ^{***}	۰.۱۹ ^{***}	۰.۴۹ ^{***}	۰.۳۳ ^{***}	۰.۶۱ ^{***}	۰.۷۶ ^{***}	۰.۷۰ ^{***}	۰.۷۰ ^{***}	-							
چشم انداز استراتژیک	۰.۴۰ ^{***}	۰.۳۷ ^{***}	۰.۵۷ ^{***}	۰.۶۴ ^{***}	۰.۶۸ ^{***}	۰.۴۰ ^{***}	۰.۴۷ ^{***}	۰.۳۹ ^{***}	۰.۳۱ ^{***}	۰.۳۱ ^{***}	-						
سرنوشت مشترک	۰.۲۸ ^{***}	۰.۵۱ ^{***}	۰.۲۷ ^{***}	۰.۲۳ ^{***}	۰.۲۳ ^{***}	۰.۴۲ ^{***}	۰.۳۵ ^{***}	۰.۲۷ ^{***}	۰.۴۰ ^{***}	۰.۲۹ ^{***}	۰.۴۳ ^{***}	-					
میل به تغییر	۰.۶۱ ^{***}	۰.۵۳ ^{***}	۰.۲۴ ^{***}	۰.۴۰ ^{***}	۰.۳۱ ^{***}	۰.۵۸ ^{***}	۰.۴۷ ^{***}	۰.۶۷ ^{***}	۰.۶۴ ^{***}	۰.۶۴ ^{***}	۰.۵۱ ^{***}	۰.۴۵ ^{***}	-				
روحیه	۰.۳۱ ^{***}	۰.۴۹ ^{***}	۰.۳۰ ^{***}	۰.۲۹ ^{***}	۰.۲۵ ^{***}	۰.۴۳ ^{***}	۰.۴۱ ^{***}	۰.۴۱ ^{***}	۰.۴۱ ^{***}	۰.۲۱ ^{***}	۰.۵۳ ^{***}	۰.۶۲ ^{***}	۰.۵۱ ^{***}	-			
اتحاد و توافق	۰.۵۲ ^{***}	۰.۵۷ ^{***}	۰.۱۷ ^{***}	۰.۳۹ ^{***}	۰.۳۰ ^{***}	۰.۶۰ ^{***}	۰.۴۰ ^{***}	۰.۶۲ ^{***}	۰.۵۴ ^{***}	۰.۵۴ ^{***}	۰.۵۱ ^{***}	۰.۵۲ ^{***}	۰.۷۱ ^{***}	۰.۶۷ ^{***}	-		
کاربرد دانش	۰.۵۶ ^{***}	۰.۶۲ ^{***}	۰.۳۵ ^{***}	۰.۴۵ ^{***}	۰.۳۸ ^{***}	۰.۵۷ ^{***}	۰.۵۳ ^{***}	۰.۷۳ ^{***}	۰.۵۹ ^{***}	۰.۵۹ ^{***}	۰.۵۷ ^{***}	۰.۵۰ ^{***}	۰.۷۱ ^{***}	۰.۵۸ ^{***}	۰.۷۴ ^{***}	-	
فشار عملکرد	۰.۶۰ ^{***}	۰.۶۳ ^{***}	۰.۲۱ ^{***}	۰.۴۷ ^{***}	۰.۳۴ ^{***}	۰.۶۱ ^{***}	۰.۶۱ ^{***}	۰.۵۷ ^{***}	۰.۶۱ ^{***}	۰.۶۶ ^{***}	۰.۳۴ ^{***}	۰.۴۵ ^{***}	۰.۶۹ ^{***}	۰.۳۸ ^{***}	۰.۶۶ ^{***}	۰.۶۲ ^{***}	-



Chi-Square=477.47, df=146, P-value=0.00000, RMSEA=0.084

شکل شماره ۲: مدل نهایی معادله ساختاری مدیریت دانش با نوآوری سازمانی با واسطه گری هوش سازمانی (در حالت تخمین استاندارد)



Chi-Square=477.47, df=146, P-value=0.00000, RMSEA=0.084

شکل شماره ۳: مدل استخراجی تحقیق (در حالت ضرایب معناداری)

همانطور که در شکل ۲ و ۳ مشاهده می‌شود، یافته‌های تحقیق حاکی از این است که مدیریت دانش کارکنان ($\beta = ۰/۸۱$ و $P < ۰/۰۱$) پیش‌بینی کننده مثبت و معنادار هوش سازمانی آنان می‌باشد و هوش سازمانی کارکنان ($\beta = ۰/۶۵$ و $P < ۰/۰۱$) پیش‌بینی کننده مثبت و معنادار نوآوری سازمانی می‌باشد و نیز مدیریت دانش کارکنان ($\beta = ۰/۲۶$ و $P < ۰/۰۵$) پیش‌بینی کننده مثبت و معنادار نوآوری سازمانی است. همچنین یافته‌های به دست آمده حاکی از آن است که در مدیریت دانش بعد ذخیره دانش با $۰/۷۷$ بیشترین بار عاملی و سازماندهی دانش با $۰/۵۸$ کمترین بار عاملی را داراست.

در هوش سازمانی، بعد کاربرد دانش با ۰/۸۸ بیشترین بار عاملی و سرنوشت مشترک با ۰/۶۰ دارای پایین‌ترین بار عاملی است. در نوآوری سازمانی نیز بعد نوآوری فرآیندی با ۰/۸۶ بالاترین بار عاملی و بعد نوآوری خدمات با ۰/۶۱ پایین‌ترین بار عاملی را دارا هستند.

بحث و نتیجه گیری

در این مقاله روابط بین مدیریت دانش، هوش سازمانی و نوآوری سازمانی به طور نظری تبیین شد و مورد بررسی قرار گرفت. نتایج تحلیل همبستگی و تحلیل مسیر مشخص نمود مدیریت دانش قادر است هم به طور مستقیم و هم به طور غیر مستقیم از طریق هوش سازمانی، نوآوری سازمانی را در دانشگاه تقویت کند. که تأثیر مدیریت دانش به طور مستقیم ۰,۲۶ می‌باشد اما به صورت غیر مستقیم و از طریق هوش سازمانی این رابطه تشدید شده و بیشتر از حالت تأثیر مستقیم میشود. این تحقیق توانست تبیین خوبی از روابط بین مدیریت دانش و هوش سازمانی در ایجاد نوآوری سازمانی ارائه کند. نتایج آزمون استنباطی، فرضیه اول تحقیق را تایید می‌کند. بر اساس فرضیه اول، مدیریت دانش تأثیر مستقیم و معنادار بر هوش سازمانی دارد. این یافته تحقیق با یافته های کیوان آرا و همکاران (۱۳۹۰)، طاهری لاری (۱۳۸۹)، ملک زاده (۱۳۸۹)، موعلی و عزیزی (۲۰۰۸)، شاهین و فخمی آذر (۱۳۹۰) هم خوانی دارد. مدیریت دانش فرآیند سیستماتیک جست و جو، انتخاب، سازماندهی، پالایش و نمایش اطلاعات است. به طریقی که درک کارکنان در زمینه خاص بهبود و اصلاح شود و سازمان بصیرت و درک بهتری از تجربیات خود کسب کند. فرآیندهای مدیریت دانش، در حل مسأله، یادگیری پویا، برنامه‌ریزی استراتژیک، تصمیم‌گیری و محافظت دارایی هوشی از فرسودگی و تباهی به سازمان کمک می‌کند و منجر به انعطاف‌پذیری فزاینده و افزایش هوش سازمانی می‌شود.

فرضیه دوم تحقیق در خصوص اینکه مدیریت دانش تأثیر مستقیم و معنادار بر نوآوری سازمانی دارد، نیز تایید شد. این یافته با نتایج تحقیقات علامه و زارع (۱۳۸۷)، یوسفی و همکاران (۱۳۹۱)، ودادی و عبدالعلیان (۱۳۹۱)، هادیزاده مقدم و همکاران (۱۳۹۱) هم‌خوانی دارد. مدیریت دانش به ایجاد شایستگی کلیدی و مورد نیاز در فرآیند نوآوری کمک می‌کند که از طریق قابل دسترس بودن دانش و جریان دانش اعضا و کارکنان قادر میشوند که سطح مهارت و دانش خود را به طور رسمی و غیررسمی افزایش دهند و افزایش در مهارتها میتواند کیفیت نوآوری را بهبود بخشد.

و نهایتاً تایید فرضیه‌ی سوم تحقیق مبنی بر تاثیر مستقیم و معنادار هوش سازمانی بر نوآوری سازمانی، نشان می‌دهد که هوش سازمانی می‌تواند پیش‌بینی‌کننده مثبت و معنا داری برای نوآوری سازمانی باشد. این یافته نیز با نتایج تحقیق طالبی زاده و یعقوبی (۱۳۹۱) هم خوانی دارد. علاوه بر این نتایج تحقیق حاکی از این است که تأثیر غیرمستقیم مدیریت دانش بر نوآوری سازمانی از طریق متغیر میانجی هوش سازمانی (حدود ۰.۵۳) بیش از تأثیر مستقیم این متغیر بر نوآوری سازمانی (حدود ۰.۲۶) است. بعبارت دیگر متغیر هوش سازمانی تبیین‌کننده بهتری برای نوآوری سازمانی نسبت به مدیریت دانش به شمار می‌رود.

پیشنهادها

در راستای نتایج تحقیق و با توجه به مواجه بودن دانشگاه‌ها با محیط متلاطم و پیچیده به مدیران و متخصصان توصیه می‌شود که به نقش مدیریت دانش و ارتقا هوش سازمانی در افزایش نوآوری سازمانی توجه داشته باشند. برای این منظور پیشنهادات برآمده از نتایج تحقیق به شرح ذیل بیان می‌شود.

- ۱- مدیریت دانش بر افزایش هوش سازمانی مؤثر است. بنابراین:
 - فرآیند سیستماتیک جست‌وجو، پالایش و ارائه مؤثر اطلاعات توسعه و تسهیل شود تا زمینه تبدیل دانش ضمنی به صریح فراهم گردد.
 - از نظام مدیریت دانش به عنوان ابزار اصلی توسعه و پشتیبان برنامه‌های بهبود سازمانی استفاده شود. بکارگیری اثربخش چنین نظامی به سازمان و کارکنان آن کمک می‌کند تا بصیرت و درک بهتری از تجربیات خود کسب کنند
 - در جهت توسعه هوش سازمانی، نظام مدیریت دانش به عنوان فرآیند یادگیری پویا، در حل مسأله، برنامه‌ریزی استراتژیک و تصمیم‌گیری مورد استفاده قرار گیرد.
- ۲- مدیریت دانش بر نوآوری سازمانی مؤثر است. بنابراین:
 - مسئولان ابزارهای مدیریت دانش را به عنوان ابزاری تسهیل‌گر در فرایندهای ارتباطی و همکاری‌های بین فردی و بین واحدی مد نظر قرار دهند. افزایش تعاملات کارکنان زمینه هم‌افزایی، خلاقیت و ارائه راهکارهای بدیع برای حل مشکلات سازمان را به همراه دارد.

- با غنی سازی مشاغل و افزایش مسئولیت های کارکنان ضرورت و زمینه استفاده از این دانش ها تقویت گردد.

- مدیران سازمان در جهت تغییر رفتارها و افکار قدیمی و پذیرش پیشنهادات دیگران در مورد روش های جدید تلاش کنند.

۳- هوش سازمانی بر نوآوری سازمانی اثر دارد. بنابراین:

- مدیران سازمان به افراد در ارتباط با عملکردشان بازخور مناسب دهند و زمینه ای ایجاد تغییر در سازمان را بوجود آورند، چرا که در سازمان های باهوش، افراد به خوبی تغییرات را پذیرفته و به صورت دائم بهترین روش انجام کارها را جستجو می کنند و پیوسته به دنبال تشویق روحیه نوآوری در سازمان هستند.

منابع

- آقا داود، سید رسول؛ حاتمی، محمود و حکیمی نیا، بهزاد. (۱۳۸۹). بررسی عوامل مؤثر بر نوآوری سازمانی در میان مدیران (مطالعه موردی مدیران ارشد مخابرات استان اصفهان). *فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی - واحد شوشتر*، سال چهارم، (۱۱)، ۱۷۰-۱۲۷.
- باقرزاده، مجید؛ راشدی، وحید و بافنده، علیرضا. (۱۳۹۱). بررسی رابطه هوش سازمانی با مدیریت تعارض در بین مدیران و معلمان مدارس دولتی شهرستان مراغه در سال تحصیلی ۹۰-۹۱. *فصلنامه علوم تربیتی*، (۱۹)، ۴۱-۵۷.
- جعفری، پیروش و فقیهی، علیرضا. (۱۳۸۸). میزان مؤلفه های هوش سازمانی در سازمان پژوهش و برنامه ریزی آموزشی، دانش و پژوهش در علوم تربیتی برنامه ریزی درسی، (۲۳)، ۴۶-۴۵.
- حسینعلی شیرازی، محمود آقا؛ طاهری گودرزی، حجت و قنواتی اکبر. (۱۳۹۰). رابطه بین زیر سیستم تحول سازمانی در سازمان یادگیرنده با هوش سازمانی در شرکت مخابرات استان خوزستان. *فرا سوی مدیریت*، (۱۸)، ۲۴-۷.
- حقیقت منفرد، جلال وهشیار، آیلر. (۱۳۸۹). بررسی رابطه ی بین فرهنگ سازمانی و مدیریت دانش (مطالعه موردی شرکت ملی نفت ایران). *فصل نامه علمی - پژوهشی مدیریت و منابع انسانی صنعت نفت*، (۱۱)، ۸۷-۶۵.
- دانش فرد، کرم ... و شهابی نیا، سعید. (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و استقرار مدیریت دانش. *فصلنامه مدیریت*، (۱۷)، ۱۰-۱.

- ربیع، علی؛ حسینی، میرزاحسن و خواجهی، زینب. (۱۳۸۸). طراحی مدل پیاده سازی نظام مدیریت دانش در سازمانهای دولتی مطالعه موردی شهرداری تهران، پژوهشهای مدیریت، (۶)، ۱۷۵-۱۵۹.
- سیادت، سیدعلی؛ کاظمی، ایرج و مختاری پور، مرضیه. (۱۳۸۹). بررسی مقایسه ای رابطه بین هوش سازمانی و رهبری تیمی در بین اعضای هیأت علمی دانشگاههای دولتی اصفهان. چشم انداز مدیریت دولتی، شماره ۱، ۸۷-۹۹.
- شاهین، شعله و فخری آذر، سیروس. (۱۳۹۰). بررسی روابط بین زیر سیستم مدیریت دانش و مؤلفه های هوش سازمانی در سازمان یادگیرنده. فراسوی مدیریت، (۱۹)، ۲۳۴-۲۱۱.
- شهابی، مریم و جلیلیان، حمید. (۱۳۹۰). بررسی روابط بین اینرسی دانش، یادگیری سازمانی، و نوآوری سازمانی (مطالعه موردی شرکت بهره برداری نفت و گاز غرب). فصل نامه علمی پژوهشی مدیریت و منابع انسانی در صنعت نفت، (۸)، ۱۵۸-۱۳۷.
- طالبی زاده، محدثه، و نورمحمد، یعقوبی. (۱۳۹۱). بررسی رابطه هوش سازمانی و نوآوری سازمانی در سازمان امور اقتصادی و دارایی شهر کرمان. دومین کنفرانس دانشجویی کارآفرینی کشور، تهران، دانشگاه شاهد.
- طالقانی، غلام رضا؛ انواری، علی و افتخاری، لیلیا. (۱۳۹۱). رابطه بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی در یک شرکت بیمه. پژوهشنامه صنعت بیمه (صنعت بیمه سابق)، (۱)، ۱۷۱-۱۵۱.
- طاهری لاری، مسعود. (۱۳۸۹). جایگاه مدیریت دانش در هوش سازمانی. اولین همایش ملی هوش سازمانی / هوش کسب و کار، ۲۹ تهران، و ۳۰ آذر.
- طاهری هشی، علی؛ دارایی، رؤیا و دهقان، حبیب الله. (۱۳۸۹). موانع انسانی مدیریت دانش در سیستم مالی ارتش جمهوری اسلامی ایران. فصلنامه مدیریت نظامی، (۳۷)، مقاله چهارم، ۸۵-۱۱۰.
- طبرسا، غلامعلی؛ ابدالی، رقیه و حاتمی، سکینه. (۱۳۹۰). ارتقای خلق دانش سازمانی: تبیین نقش هوش سازمانی و یادگیری سازمانی (شرکت سایپا). پژوهش های مدیریت منابع انسانی، (۳)، ۱۳۳-۱۰۷.
- طبرسا، غلامعلی؛ رضائیان، علی و نظر پوری، امیر هوشنگ. (۱۳۹۱). طراحی و تبیین مدل مزیت رقابتی مبتنی بر هوشمندی در سازمانهای دانش بیان. فصلنامه علمی-پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین، (۱)، ۷۲-۴۷.
- علامه، سید محسن و زارع، سید محسن. (۱۳۸۷). بررسی رابطه بین مدیریت دانش، نوآوری و عملکرد سازمانی. اولین کنفرانس ملی خلاقیت شناسی، TRIZ و مهندسی و مدیریت نوآوری ایران، تهران، پژوهشکده علوم خلاقیت شناسی، نوآوری
- فقیهی، علیرضا؛ موسوی پور، سعید و دره، ایمان. (۱۳۹۰). رابطه بین میزان هوش سازمانی و فرسودگی شغلی. فصلنامه تازه های روانشناسی صنعتی/سازمانی، (۷)، ۷۱-۸۵.
- فلاح شمس، میر فیض؛ بوداقی خواجه نوبر، حسین و دلنواز اصغری، بیتا. (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین هوش سازمانی و خلاقیت کارکنان در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی در سال ۱۳۸۸. مجله فراسوی مدیریت، سال ششم، شماره ۲۱، صص ۱۶۶-۱۴۹.

- کیوان آرا، محمود؛ یزدخواستی، علی؛ بهرامی، سوسن و مسعودیان، یوسف (۱۳۹۰). رابطه ی مؤلفه های مدیریت دانش و هوش سازمانی در دانشکده های دانشگاه علوم پزشکی اصفهان. *مدیریت اطلاعات سلامت*، ۸ (۵)، ۶۷۳-۶۸۰.
- محبوبی، طاهر و توره، ناصر. (۱۳۸۷). آسیب شناسی خلاقیت و نوآوری در دانشگاه. *فصلنامه دانشگاه اسلامی*، سال دوازدهم، (۱)، ۷۵-۱۲۵.
- ملک زاده، غلامرضا. (۱۳۸۹). هوش سازمانی؛ ابزاری قدرتمند در مدیریت شرکت های دانش محور. *فصلنامه تخصصی پارک ها و مراکز رشد*، (۲۲)، ۳۷-۳۱.
- میر اسماعیلی، الهام. (۱۳۸۶). بررسی و مقایسه مدیریت دانش و یادگیری سازمانی در مدارس هوشمند و مدارس عادی شهر تهران. *فصلنامه اندیشه های تازه در علوم تربیتی*، (۲)، ۱۶۹-۱۴۹.
- میرسپاسی، ناصر و افقهی، بابک. (۱۳۹۱). مقایسه تحلیلی هوش سازمانی در آموزش عالی: مطالعه ای موردی. *فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی*، (۶۵)، ۸۶-۶۷.
- هادیزاده مقدم، اکرم؛ محبی، پروین و قلیچ لی، بهروز (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین تسهیم دانش و نوآوری در سازمان های خدمات مالی: بانک رفاه کارگران. *پژوهش های مدیریت در ایران*، ۱۷ (۱)، ۲۲۰-۲۰۱.
- هاشمی، صدیقه سادات (۱۳۸۹). ارزیابی سطح مدیریت دانش در دانشگاه علوم انتظامی. *فصلنامه مطالعات مدیریت انتظامی*، (۲)، ۱۸۳-۲۱۴.
- ودادی، احمد و عبدالعلیان، حمیده. (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی در منابع انسانی شرکت پخش فرآورده های نفتی ایران. *فصلنامه مدیریت منابع انسانی در صنعت نفت*، (۱۳) یوسفی، احسان؛ فیضی، جعفر صادق و سلیمانی، محمد (۱۳۹۰). بررسی میزان تأثیر مدیریت دانش بر نوآوری. *ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی*، (۳)، ۵۱-۲۹.

- . Albrecht, k. (2003). Organizational Intelligence Survey Preliminary Assessment Australian Managers. Australian institute of management. September.
- .Allameha, M.; Zamani, M.; & Davoodia, M .R. (2011). The Relationship between Organizational Culture and Knowledge Management (A Case Study: Isfahan University). *Procedia Computer Science*, 3, 1224-1236.
- .Azma, F. & mostafapour, M. A. (2011). Identify Knowledge management And Organizational learning Indicators and its relation With Creativity. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 30, 2249 - 225
- .Cantnera, U.; Joel, K.; & Schmidt, T. (2011). The effects of knowledge management on innovative success – An empirical analysis of German firms. *Research Policy*, 1-10.
- .Chang, S.C. and Lee, M.S. (2008). The Linkage between knowledge accumulation capability and organizational innovation. *Journal of Knowledge Management*, 12(1), 3-20.

- . Drost EA. Validity and Reliability in Social Science Research. *Education Research & Perspectives* 2011; 38(1):105-123
- .Jiménez-Jimenez, D.; Sanz Valle, R.& Hernandez-Espallardo, M. (2008). Fostering innovation: The role of market orientation and organizational learning. *European Journal of Innovation Management*, 11(3), 389 – 412.
- .Khan, R.;Rehman,A.U .;& Fatima, A.(2009).Transformational leadership and organizational innovation:Moderated by organizational size. *African Journal of Business Management*, 3(11), 678-684.
- .Liao,S.H.; Fei,W.C.;& Liu ,C.T.(2008). Relationships between knowledge inertia, organizational learning and organization innovation. *Technovation*, 28, 183-195
- . Liao, S.H .& Wu, C.c . (2010). System perspective of knowledge management, organizational learning, and organizational innovation . *Expert Systems with Applications*, 37, 1096–1103.
- . López-Nicolás, C.& L.Meroño-Cerdán, Á. (2011) .Strategic knowledge management, innovation and performance *.International Journal of Information Management*, 31, 502-509.
- .Mooghali , A.R.& azizi. A.R .(2008).Relation Between Organizational Intelligence Organizational knowledge Management Development.*World Applied Science Journal*, 4(1), 01-08
- .Sadeghi , Z .& Mohtashami, R.(2011). Relationship of strategic human resource practices and organizational innovation in one of the military centers. *Iranian Journal of Military Medicine* , 13(2), 97-102.
- .Torabi, M .and Goodarzi,M.(2009).The Holding Knowledge & Innovation Based Companies,Transformation in Medical Sciences & Economic Growth.*Hakim Research Journal*, 12(3), 10-17 .
- .Walker, R.M.(2007).An Empirical Evaluation Of Innovation Types and Organizational and Environmental Characteristics:Towards a Configuration Framework.*Journal of Public Administration Research And Theory*, 18, 591-615.
- .Williams B, Brown T, Onsmann A. Exploratory factor analysis: A five-step guide for novices. *J Emergency Primary Health Care* 2012; 8(3): 1
- .White, M. A.& Bruton, G. D.(2010). The Management of Technology and Innovation: A Strategic Approach, 2nd Edition, Cengage Learning.