

بررسی نقش مدیریت دانش و نوآوری در عملکرد کسب و کار شرکت‌های کوچک و متوسط (مورد مطالعه: مرکز رشد و واحدهای فناوری و کارآفرینی دانشگاه شهید بهشتی)

بهروز قلیچ‌لی^۱
الهام اقتصاد^{۲*}

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۰۳/۱۲؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۰۵/۰۷)

چکیده

فرایند نوآوری به شدت به دانش و مدیریت دانش بستگی دارد. برخی سازمان‌ها از پیامدهای واقعی که ممکن است مدیریت دانش داشته باشد آگاه نیستند. تحقیقات نشان می‌دهد که مدیریت دانش و نوآوری بر عملکرد سازمان‌ها به طور مستقیم یا غیرمستقیم تأثیر می‌گذارد. هدف این پژوهش بررسی نقش مدیریت دانش و نوآوری بر عملکرد سازمان مورد مطالعه است. جامعه آماری این پژوهش، تعداد ۱۰۰ نفر از کارکنان مرکز رشد و فناوری و کارآفرینی دانشگاه شهید بهشتی می‌باشد. داده‌های این پژوهش از طریق پرسشنامه به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده است و تعداد نمونه مورد استفاده در این پژوهش توسط فرمول نمونه‌گیری کوکران میزان ۷۹ نفر محاسبه گردید. از این رو پرسشنامه در میان ۹۰ نفر از کارکنان توزیع و در این میان ۸۰ پرسشنامه عودت داده شد. همچنین روایی محتوا و سازه پژوهش با استفاده از اساتید صاحب‌نظر مورد تأیید واقع شد و پایایی هر ۳ متغیر پژوهش از طریق آلفای کرونباخ شامل مدیریت دانش با ضریب ۰,۸۳۰، نوآوری با ضریب ۰,۸۲۸، و عملکرد با ضریب ۰,۸۰۲ نیز تأیید گردید. نتایج مدل معادلات ساختاری نشان داد، مدیریت دانش و نوآوری به شدت بر عملکرد سازمان تأثیر می‌گذارد. به عبارت دیگر، مدیریت دانش از طریق نوآوری عملکرد سازمان را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

واژه‌های کلیدی: مدیریت دانش، نوآوری، عملکرد

^۱ - استادیار مدیریت، گرایش مدیریت، گروه مدیریت کارآفرینی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

^{۲*} - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران، مسئول مکاتبات: e.eghtasad@gmail.com

۱- مقدمه

امروزه دانش پایه اساسی رقابت است به ویژه دانش ضمنی می‌تواند یک منبع مزیت باشد زیرا که منحصر به فرد بوده و غیرقابل تعویض است (Nicolas & Cerdan, 2011). سازمان‌ها در صورتی که بخواهند در رقابت و رشد باقی بمانند باید مدیریت دانش را مورد اهمیت و توجه قرار دهند (Zack, 1999). بنابراین بسیاری از سازمان‌ها در همه جا به طور فعال شروع به افزایش مدیریت دانش و سرمایه فکری کرده‌اند (DeTienne et al., 2014). اگر چه اهمیت و استفاده از مدیریت دانش برای سازمان‌ها غیر قابل انکار است، گزارش‌های اخیر که در خصوص ابزارهای مدیریت و روندهای ۲۰۱۱ بوده نشان می‌دهد نرخ رضایت در میان مدیران در رابطه با استفاده از ابزارهای مدیریت و نتایج حاصل از کاربردهای آن، کم است (Rigby & Bilodeau, 2011). به طور کلی طراحی و اجرای شیوه‌های مدیریت دانش کار دشواری برای مدیران بوده و اثربخشی و موفقیت چنین شیوه‌هایی به عوامل سازمانی بستگی دارد. در نتیجه مدیران باید شرایطی ایده‌آل برای بهینه‌سازی استفاده سازمان از شیوه‌های مدیریت دانش و ابتکارات و نوآوری‌ها ایجاد کنند (Chen et al., 2009; Lin, 2011; Cabrales et al., 2009). پیامدهای مثبت مدیریت دانش و نوآوری در سازمان ضرورت پرداختن به این مسأله را روشن می‌سازد. از آنجا که نوآوری مزیت رقابتی شرکت را تقویت خواهد کرد دانش، کلیدی است از ترکیب فعالیت‌های نوآورانه. در شکل ایده‌آل نوآوری دارای ظرفیتی برای بهبود عملکردها، حل مشکلات، افزودن اعتبار و ایجاد مزایای رقابتی برای سازمان‌ها می‌باشد. فرایندهای مربوط به نوآوری به شدت به دانش بستگی دارد. از آنجا که تمایزات پیشین بین اهداف سازمانی، خدمات و ایده‌ها از بین رفته، دانش نقش مهم‌تری را در سازمان‌ها عهده‌دار می‌باشد (Davenport & Prusak, 1998). برطبق نظر استوارت (۱۹۹۷) مدیریت دانش به عنوان ابزار مهمی برای مدیریت هر نوع کسب و کار بوده، با این وجود تعداد کمی از افراد این حوزه رقابتی را درک می‌کنند. دانش برای سازمان‌هایی که فعالیت‌های نوآورانه دارند، ضروری است. با این حال سازمان‌ها با کمبود دانش مواجه‌اند. با توجه به محدود بودن منابع، سازمان‌ها برای همکاری سایر شرکت‌ها جهت به دست آوردن دانش و منابع در تلاش بوده و همچنین درگیر فرایند یادگیری متقابل سازمانی به منظور ارتقای عملکرد نوآوری خود هستند (Casanueva et al., 2013). درمورد عواملی که ممکن است بر مدیریت دانش تأثیر قابل توجهی داشته باشد مدل مشخصی وجود ندارد و اثرات برنامه‌های مدیریت دانش بر نوآوری در عملکرد سازمان‌ها به ندرت در مطالعات تجزیه و تحلیل شده‌اند (Choi et al., 2008). در مطالعات چند آزمون تجربی، ارتباط بین عملکرد و دانش وجود دارد. علاوه بر این دانش سازمانی نقش مهمی در فرایند نوآوری ایفا می‌کند. با این حال نتیجه‌گیری از مطالعات موجود در مورد رابطه بین

مدیریت دانش کارآمد، نوآوری و عملکرد پژوهش‌ها دشوار است (Darroch, 2005). با توجه به پتانسیل مدیریت دانش به عنوان منبع نوآوری‌ها و نوسازی استراتژی کسب و کار، می‌بایست تمرکز را بیشتر بر روی این موضوعات قرار داد. این پژوهش با هدف بررسی تأثیر مدیریت دانش و نوآوری بر عملکرد سازمان در مرکز رشد و واحدهای فناوری و کارآفرینی دانشگاه شهید بهشتی انجام شده است و در پی پاسخ به این سؤالات است که مدیریت دانش چه تأثیری بر نوآوری و عملکرد دارد و تأثیر نوآوری بر عملکرد سازمان چگونه است؟ با توجه به موضوع پژوهش، مرکز رشد و واحدهای فناوری و کارآفرینی دانشگاه شهید بهشتی به دلیل آنکه ابعاد مدیریت دانش و نوآوری در آن به چشم می‌خورد انتخاب شده است.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

مدیریت دانش

اگر چه نویسندگان متعددی در مورد اهمیت دانش در مدیریت نوشته‌اند، اما تمایل کمتری بر چگونگی ایجاد دانش متمرکز شده است. به منظور درک مدیریت دانش، مهم است تا در ابتدا دانش را تعریف کنیم. تعریف کلمه دانش به طور قابل توجهی متفاوت می‌باشد. دانش به عنوان اطلاعاتی که با تجربه، شرایط، تفسیر و بازتاب آن ترکیب می‌گردد تعریف می‌شود (Davenport & Prusak, 1998). دانش یک مفهوم چند عاملی یا معانی چند لایه است و به صورت یک باور درست قضاوت شده که گنجایش موجود را برای عملکرد اثربخش افزایش می‌دهد، تعریف می‌شود (Nonaka, 1994). داده‌ها واقعیت‌های خام هستند و بعد از پردازش و سازماندهی به اطلاعات تبدیل می‌شوند، و دانش، اطلاعات معنادار است. تفاوت بین داده، اطلاعات و دانش تنها براساس دیدگاه کاربر یا معانی خارجی قابل تمایز است (Bhatt, 2001). دانش می‌تواند به دو صورت دانش ضمنی و دانش صریح تقسیم‌بندی شود (Nonaka, 1994). دانش ضمنی به صورت خودکار بوده و به کمترین زمان یا تفکر نیاز دارد و سازمان‌ها را در چگونگی تصمیم‌گیری و تأثیر بر رفتار جمعی اعضایشان یاری می‌کند (Liebowitz & Beckman, 1998; Smith, 2001). دانش ضمنی در ذهن انسان موجود است و به آسانی نمی‌تواند بیان شود و موضوعی ساخت‌یافته است که ارتباط بین انواع دانش‌ها را شرح می‌دهد و قواعد ناشناخته عملیات را بیان می‌کند (Mooradian, 2005). دانش صریح داده یا اطلاعات تکنیکی یا دانشگاهی است که با زبان رسمی تشریح می‌شود مانند دستورالعمل‌ها، اصطلاحات ریاضی، حق مؤلف و حق ثبت اختراع (Smith, 2001). همچنین دانش صریح به صورت دانش بیان شده‌ای که با دیگران ارتباط برقرار می‌کند، تعریف می‌شود (Stover, 2004). دانش ضمنی در عمل، تعهد و در مورد یک موضوع خاص می‌باشد در حالی که دانش صریح دانشی است که در زبان رسمی سیستمی قابل انتقال است

(Nonaka, 1994). هر دو دانش ضمنی و صریح با هم در یک اثر قالبی عمل می‌کنند. گام مهم و دشوار در سازمان فرایند تبدیل دانش ضمنی به دانش صریح است. تمام انواع دانش‌ها این دو جزء را شامل می‌شوند. هر دو دانش برای سازمان‌ها مهم هستند (Lindner & Wald, 2011). نوناکا و تاکچی (۱۹۸۵) موفقیت شرکت‌های ژاپنی را در تحقق خلاقیت و نوآوری مطالعه کرده‌اند. آن‌ها پی بردند که این موفقیت به هیچ وجه حاصل دانش صریح نیست. از دیدگاه آن‌ها نوآوری سازمانی اغلب حاصل دانش پنهان است. برای بسیاری از سازمان‌ها تغییر دانش‌شان به منظور اینکه قسمتی از شبکه دانش سازمانی شوند اهمیت دارد. چهار روش برای تبدیل دانش وجود دارد (Nonaka, 1994): ۱- اجتماعی کردن^۱: از دانش ضمنی به دانش ضمنی؛ برای مثال مدیران اطلاعات را از واحدهای تولید و فروش جمع‌آوری می‌کنند، با هم ترکیب می‌کنند و نتایج را با ارایه‌کنندگان منابع و مشتریان، سهیم می‌کنند. ۲- برونی‌سازی^۲: از دانش ضمنی به دانش صریح؛ برای مثال مدیران به تسهیل مذاکرات و تشویق مشارکت متخصصان صنعتی در تیم‌های پروژه‌ای به منظور بهبود بهره‌وری سازمان می‌پردازند. ۳- ترکیب^۳: از دانش صریح به دانش صریح؛ برای مثال مدیران به برنامه‌ریزی و پیاده‌سازی نظرات ارایه شده می‌پردازند تا مفاهیم تازه ایجاد شده گسترش یابند. ۴- درونی‌سازی^۴: از دانش صریح به دانش ضمنی؛ برای مثال مدیران در فعالیت‌هایی با بخش‌های وظیفه‌ای درگیر می‌شوند و دیدگاه‌ها و ارزش‌های مدیریتی از طریق ارتباط با کارکنان سازمان تسهیم می‌کنند. این مدل تحت عنوان مدل SECI معرفی می‌شود که ایجاد دانش را به صورت یک فرایند مارپیچی از تعاملات بین دانش صریح و ضمنی تشریح می‌کند (Nonaka, 1994). امروزه مدیریت دانش، یک حوزه مجزا در بررسی‌های سازمان‌ها می‌باشد تا آن حدی که به عنوان مزایای رقابتی در نظر گرفته می‌شود (Nonaka & Takeuchi, 1995; Stewart, 1997). مدیریت دانش تسهیل‌کننده مؤثر تبادل اطلاعات و سودآوری است (Lai et al., 2014). در حالی که مدیریت دانش دارای ویژگی‌های محسوس و مشخصی در ارتباط با افراد، جریان‌ها و سیستم‌های فیزیکی دارد، حیطه‌های وسیع‌تری نیز برای تفسیر وجود دارد به شکلی که فعالیت‌های مربوط به مدیریت دانش در ماهیت و موضوع نسبت به تفاسیر متفاوت دیگر در آن وجود دارد. از دیدگاه بکمن (۱۹۹۹)، مدیریت دانش در ارتباط با رسمی ساختن و دسترسی به تجربه، دانش و تخصص می‌باشد که باعث ایجاد ظرفیت‌های جدید، توانمند کردن عملکردهای بالاتر، تقویت نوآوری‌ها، و بالا بردن اعتبار مشتریان می‌شود. کلمن (۱۹۹۹) مدیریت دانش را به عنوان چتری در ارتباط با مجموعه وسیعی از نقش‌های وابسته به هم و یکپارچه در

^۱-Socialization

^۲-Externalization

^۳-Combination

^۴-Internalization

نظر می‌گیرد که شامل: ایجاد، ارزیابی و سنجش، مسیردهی و شاخص‌گذاری، انتقال، ذخیره توزیع و تقسیم دانش می‌باشد. مدیریت دانش یک دیدگاه سیستمی برای بهبود توانایی سازمان جهت تجهیز دانش و تسهیل تصمیم‌گیری در تنظیم استراتژی کسب و کار است. مدیریت دانش فرایندی است که دانش را ایجاد می‌کند و سهیم کردن، انتشار و استفاده از دانش را در سازمان مدیریت می‌کند (Darroch, 2005). انتقال و برنامه دانش نقشی واسط بین شیوه‌های ذخیره‌سازی دانش و عملکرد نوآوری خواهد شد (Sanchez & Donate, 2014). پیاده‌سازی مدیریت دانش به سازمان‌ها اجازه می‌دهد که برخی از فعالیت‌ها را انجام دهند و خلق دانش به طور عمده بر قابلیت‌های پویا در ابعاد مدیریت دانش مؤثر است (Fidel et al., 2015). بررسی‌ها در حوزه مدیریت دانش نشان می‌دهد که تعدادی از عناصر زیربنایی و سازمانی دارای قدرتی برای تحت تأثیر قرار دادن موفقیت‌ها و یا مدیریت دانش در یک سازمان می‌باشند. این موارد شامل فرهنگ شرکتی سالم و زیرساخت‌های حمایتی، حمایت مدیریت و رهبری پیشگیرانه، توانمند ساختن کارمندان، درک مدیریت دانش به عنوان یک استراتژی تجاری، کانال‌های ارتباطی قوی و تعهد برای توسعه و ایجاد شرایطی جهت یادگیری درون یک سازمان می‌باشد. وقتی دانش مورد استفاده قرار گرفت، یادگیری شکل می‌گیرد، که میزان دانش در دسترس سازمان را ارتقاء می‌دهد. ارتقای سازمان نیز منجر به بهبود عملکرد شده که خود نوآوری‌ها و ابتکارات زیادی را جهت دستیابی به مزیت رقابتی به همراه دارد. از این رو رابطه‌ای معنادار بین مدیریت دانش و نوآوری شکل می‌گیرد. استراتژی دانش سازمان رویکرد کلی یک سازمان که قصد دارد منابع دانش خود را با نیازمندی‌های فکری استراتژی‌اش همسو کند، توصیف می‌کند. در نتیجه شکاف دانش موجود بین آنچه که یک سازمان برای انجام استراتژی خود باید بداند و آنچه که نمی‌داند را کاهش می‌دهد (Zack, 1999). تحقیقات هانسون و همکاران (۱۹۹۹) نشان می‌دهد که سازمان‌ها روش‌های یکپارچه‌ای را برای مدیریت دانش مد نظر قرار نمی‌دهند. آن‌ها دو استراتژی متفاوت را زمانی که یک روش مدیریت دانش را انتخاب می‌کنند، طراحی می‌کنند. استراتژی کدگذاری شده، که در مرکز فناوری اطلاعات قرار دارد و استراتژی شخصی‌سازی، که در ارتباط با منابع انسانی می‌باشد. در استراتژی کدگذاری دانش استخراج شده مستقل از آن شخص ساخته شده و مورد استفاده مجدد برای مقاصد مختلف قرار می‌گیرد. درحالی که استراتژی شخصی‌سازی برگفتگو میان افراد تاکید می‌کند.

نوآوری

تعاریف بی‌شماری در ارتباط با نوآوری وجود دارد. به هر حال بیشتر این تعاریف دارای موضوعات یکسانی در ارتباط با دانش می‌باشد که می‌تواند تبدیل به موضوعات جدید، فرایندها و خدمات برای بهبود مزایای رقابتی و تأمین نیازهای متغیر مشتریان گردد. والکر^۱ و همکاران (۲۰۱۱) نوآوری را به عنوان محصول جدید، خدمت یا فرآیندی برای بازار خارجی، یا ابداع شیوه جدید، سیستم و برنامه‌ای به منظور بهبود بیشتر بخش‌های داخلی، تعریف می‌کنند. کارنگی و باتلین^۲ (۱۹۹۳) این نوآوری‌ها را به عنوان فرآیندی تعریف می‌کنند که به صورت جدید و پیشرفته بوده و توسط یک سازمان انجام گرفته تا ارزش افزوده‌ای را به طور مستقیم برای سازمان‌ها و یا مشتریان ایجاد کند. بورگینی^۳ (۲۰۰۵) بیان می‌کند تلاش نوآورانه شامل جستجو و کشف، آزمایش و توسعه فناوری‌های جدید، خدمات جدید، فرایندهای تولید جدید و ساختارهای سازمانی جدید است. نوآوری در مورد اجرای ایده‌هاست. اسار و اسار^۴ (۲۰۱۲) بیان کردند که یک شکاف در موقعیت بازار باعث می‌شود آگاهی از نوآوری و بهره بردن از آن تسهیل شود. این دو نویسنده بر این موضوع متمرکز شدند که نوآوری بر ارزیابی و توسعه شایستگی‌های یک سازمان در جهت دستیابی به اهداف سازمانی می‌باشد.

مدیریت دانش و نوآوری

با کمک فناوری اطلاعات مانند اینترنت، سیستم‌های اطلاعات و همچنین ابزارهای تکنولوژی غیراطلاعاتی مانند طوفان فکری و همکاری تحقیقاتی، سازمان‌ها می‌توانند دانش درون سازمانی را بهره‌برداری کنند (Carillo, 2004). مدیریت دانش مؤثر به عنوان یک روشی جهت بهبود ظرفیت نوآوری سازمان است (Sanchez & Donate, 2014). بنابراین سازمان‌ها می‌توانند نوآوری را از طریق استفاده از دانش افزایش دهند. فعالیت‌های نوآورانه شرکت به این معنی است که اعضا در شیوه‌های ضمنی و دانش، در ایجاد و تأیید محصولات جدید همکاری می‌کنند و در نهایت دانشی که افراد در فرایند نوآوری به دست می‌آورند در بخش‌های مختلف و حتی سازمان‌های مختلف گسترش می‌یابد (Lai et al., 2014). تنوع حاصل از دانش و اطلاعات کمک می‌کند تا افراد در سازمان با یکدیگر ارتباط برقرار کرده و باعث خلق ایده‌های بیشتر شوند. علاوه بر این، ترین^۵ (۲۰۰۲) بیان می‌کند، هنگامی که یک سازمان توانایی به دست آوردن دانش و

^۱-walker

^۲-Carnegie & Butlin

^۳-Borghini

^۴-Acar & Acar

^۵-Therin

یکپارچه‌سازی دانش موجود با دانش جدید را دارد، باید به خوبی فرایند تولید یا نوآوری محصول را انجام دهد. در واقع شیوه‌های مدیریت دانش که تولید دانش جدید و یادگیری سازمانی را ترویج می‌کنند برای دستیابی به مزیت‌های نوآوری، پایه‌های بنیادی هستند (Donate & Sanchez, 2014). گسترش دانش از طریق نوآوری‌های مشترک اهمیت فزاینده‌ای دارد. تحقیقات زیادی نشان داده که اجرای مدیریت دانش، فعالیت‌های نوآورانه را به طور موفقیت‌آمیزی بالا می‌برد (Fidel et al., 2015). گرانت (۱۹۹۶) پیشنهاد می‌کند که قابلیت یک شرکت برای تنظیم دانش موجود راهی برای ترویج مستمر نوآوری است. نوناکا بر روی خلق دانش کارکرده و دانش را به عنوان یک شرط لازم و اصلی برای نوآوری و رقابت در نظر گرفته است. مدیریت دانش مؤثر، یک عامل حیاتی موفقیت زمانی که محصولات تولید می‌شود است. علاقه‌مندی سازمانی در مدیریت دانش با امکان مزایای حاصل از آن برانگیخته شده، مانند: افزایش خلاقیت و نوآوری در محصولات و خدمات (Darroch, 2005; Moffett et al., 2002). در واقع دانش منجر به تولید افکار خلاق و تولید نوآوری‌ها می‌شود چرا که نوآوری به عنوان بزرگترین نتیجه حاصل از مدیریت دانش دیده شده است (Borghini, 2005). شواهد تجربی زیادی برای حمایت از این دیدگاه وجود دارد که یک شرکت با قابلیت در مدیریت دانش با احتمال بیشتری نوآورتر است (Darroch, 2005). چندین بررسی بر نقش محوری مدیریت دانش، به ویژه در ایجاد یک محیط کارآفرین درونی به حمایت از خلاقیت و پرورش نوآوری‌ها می‌پردازد، که در آن‌ها بر نقش مثبت مدیریت دانش در نوآوری اشاره شده است. با فرایند تبدیل، سازمان‌ها می‌توانند به اشتراک‌گذاری و بهبود عملکرد نوآوری از طریق تبدیل دانش ضمنی به دانش صریح بپردازند. بنابراین سازمان‌ها قادر خواهند بود توانایی مدیریت دانش خود را ترویج و نوآوری بیشتری خلق کنند (Gloet & Terziovski, 2004). بر اساس این استدلال‌ها فرضیه زیر شکل می‌گیرد:

فرضیه ۱: مدیریت دانش در نوآوری مرکز رشد و فناوری دانشگاه شهید بهشتی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

نوآوری و عملکرد

نوآوری به سازمان کمک می‌کند تا در محیط‌های خارجی متلاطم سربلند بیرون بیاید. از این رو یکی از دلایل کلیدی موفقیت سازمان در محیط کسب و کار در درازمدت مخصوصاً در بازارهای پویا محسوب می‌شود. برای زنده ماندن در محیط‌های متلاطم، سازمان‌ها باید قادر باشند که بر افزایش پیچیدگی غلبه کرده و با سرعت بالا تغییر کنند. در این زمینه، سازمان‌های دارای ظرفیت نوآوری قادر به پاسخگویی سریعتر به چالش‌های محیطی و بهره‌برداری از محصولات جدید و فرصت‌های بازار به طور بهتر و مناسب‌تر از سازمان‌های غیرنوآور هستند (Beraven et al., 2000).

بسیاری از مطالعات تجربی گسترده در مورد رابطه بین نوآوری و عملکرد، شواهدی دال بر مثبت بودن نقش نوآوری در عملکرد سازمان‌های روبه رشد و کارافزین ارائه می‌دهند. از طرفی محصولات و خدمات جدید باعث برآورده کردن انتظارات مشتریان بالقوه و افزایش بهره‌وری شده که تأثیر قوی و مثبت بر عملکرد سازمانی دارد (Acar & Acar, 2012). با این حال سیمپسون و همکاران (۲۰۰۶) بیان می‌کنند نوآوری یک فعالیت گران و پر مخاطره‌ای است، برخلاف نتایج مثبت بر عملکرد سازمان دارای پیامدهای منفی است، مانند قرار گرفتن در معرض ریسک بازار بالا، افزایش هزینه‌ها، ناخشنودی کارکنان یا تغییرات بی‌دلیل. نوآوری و عملکرد ساختار پیچیده‌ای دارند با این وجود به کارگیری مناسب نوآوری با توجه به شرایط محیطی، احتمال عملکرد مطلوب و مؤثرتر را افزایش می‌دهد، همچنین دسترسی بهتر به دانش مبتنی بر اصول علمی و تولیدات حاصل از تجارب نیروی مدیریتی در افزایش دستیابی به سرمایه و منافع حاصل از بکارگیری نوآوری مؤثر است (Walker et al., 2015). نوآوری ممکن است عملکرد سازمان را به روش‌های مختلفی تحت تأثیر قرار دهد از قبیل، انعطاف‌پذیری در مقابل تغییرات محیطی، افزایش بهره‌وری یا اثربخشی فرآیندهای داخلی، به دست آوردن اعتبار و شهرت در محیط و کسب سود اقتصادی (Walker et al., 2015). علاوه بر این برخی از مطالعات دارای نتایج متناقضی هستند. به عنوان مثال، رایت^۱ و همکاران (۲۰۰۶) با استفاده از نمونه‌ای از کسب و کارهای کوچک مشخص کردند که محصول نوآوری در محیط‌های آرام تأثیری بر عملکرد نمی‌گذارد، ولی در محیط‌های ناآرام این تأثیر مثبت است. با وجود اثرات زیان‌بخش احتمالی که منجر به جهت‌گیری نوآوری می‌شوند، تئوری‌ها و بسیاری از مطالعات تجربی نشان دهنده وجود رابطه مثبت بین فعالیت‌های نوآوری و عملکرد سازمان است و بر این اساس فرضیه زیر پیشنهاد می‌شود:

فرضیه ۲: نوآوری در عملکرد مرکز رشد و فناوری دانشگاه شهید بهشتی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

مدیریت دانش و عملکرد

یک سیستم ارزیابی عملکرد با طراحی مناسب، قادر به پشتیبانی از مزایای فعالیت‌های مدیریت دانش نیز خواهد بود و تشخیص فعالیت‌های مدیریت دانش در سنجش عملکرد، می‌تواند این پیام مهم را به کارکنان بفرستد که سازمان برای فعالیت‌های تسهیم دانش ارزش قائل است (Cabrera & Cabrera, 2005). سازمان‌ها باید درک کنند که چگونه مدیران فرآیند مدیریت

^۱-Wright

دانش را به منظور افزایش توانایی یادگیری در تمام سطوح جهت بهبود عملکرد سازمانی پیاده‌سازی کنند (Birasnav, 2014). سیستم‌های سنجش عملکرد مبتنی بر عملکرد سازمانی یا برنامه‌های گروه یا مالکیت سهام، اهداف جمعی و همکاری‌های مشترک را که باید به سطوح بالاتری از تعهد لازم برای تبادل دانش منتج شوند، تقویت کنند (Morris et al., 2002; Cabrera, 2005). افرادی که انتظار ارزیابی ارتقایی دارند، نسبت به افرادی که انتظار دارند تا ارزیابی انتقادی شوند، بیشتر نظرات خلاقانه خود را بیان می‌کنند (Cabrera & Cabrera, 2005). همچنین لحاظ کردن رفتارهای تسهیم دانش در سنجش عملکرد به کاهش هزینه‌های ناشی از این رفتارها نیز کمک می‌کند (Husted & Michailova, 2002). کارکنان نسبت به صرف کردن وقت خود برای توزیع دانش بی‌میل هستند، و این یکی از دلایلی است که در مورد عدم مشارکت در پایگاه دانش بیان می‌شود. آنها باور دارند که باید زمان محدود خود را صرف آن چیزی کنند که می‌شناسند تا فعالیت‌های بهره‌ورتری را انجام دهند. وقتی این رفتارها مستقیماً ارزیابی می‌شوند، کارکنان مشتاق‌تر خواهند بود تا آنها را به عنوان جزئی اصلی از مسئولیت‌پذیری شغلی‌شان ببینند. اگر مسئله این باشد، به زمانی که صرف فعالیت‌های مدیریت دانش می‌شود، به عنوان هزینه‌ای که می‌توانسته در فعالیت‌هایی با بهره‌وری بالاتر صرف شود دیده نمی‌شود (Cabrera & Cabrera, 2005). بنابراین می‌توانیم این عبارت را بیان کنیم که تأکید بیشتر بر سنجش عملکرد، منجر به میزان بیشتری از فعالیت‌های مدیریت دانش می‌شود (مانند کسب دانش، انتشار دانش و پاسخ‌گویی به دانش). همچنین پژوهش‌های مفهومی قبلی شرح می‌دهد که مدیریت دانش می‌تواند تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد و رقابت سازمان داشته باشد (Holsapple & Jones, 2004). برنامه‌های مدیریت دانش زمانی موفق هستند که عملکرد سازمان‌ها را بهبود دهند. بنابراین اندازه‌گیری سهم مدیریت دانش در عملکرد ضروری است به ویژه هنگامی که در حال حاضر هیچ پژوهش قطعی بر رابطه مدیریت دانش و عملکرد سازمان وجود ندارد. بر این اساس فرضیه زیر را می‌توان پیشنهاد داد:

فرضیه ۳: مدیریت دانش در عملکرد مرکز رشد و فناوری دانشگاه شهید بهشتی تأثیر

مثبت و معناداری دارد.

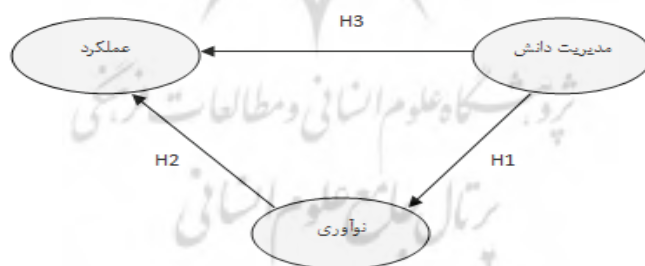
عملکرد سازمان یک مفهوم چند بعدی است و موقعیت سازمان را با توجه به رقبا در نظر می‌گیرد. یک دیدگاه جامع از عملکرد سازمان‌های بزرگ تنها یک دیدگاه مالی را در نظر نمی‌گیرد بلکه به دیگران این اجازه را می‌دهد که در خلق ارزش نظارت کنند (Nicolas & Cerdan, 2011). همچنین تأثیر استراتژی مدیریت دانش بر عملکرد سازمان‌ها باید توسط مطالعات بهتر و تجزیه تحلیل ابعاد مختلف عملکرد سازمان‌ها انجام شود. در پژوهش حاضر ۳ بعد عملکرد مورد بررسی قرار گرفته است: ۱- عملکرد مالی شامل: عملکرد بازار (سودآوری، رشد و

رضایت مشتری) ۲- فرایند عملکرد که اشاره به کیفیت و بهره‌وری دارد. ۳- عملکرد داخلی که مربوط به قابلیت فردی است (صلاحیت کارکنان، رضایت و خلاقیت). همچنین مدیریت دانش از طریق نوآوری منجر به بهبود بهره‌وری و منبعی جهت دستیابی به مزیت رقابتی می‌باشد که تأثیر معناداری بر عملکرد سازمان‌ها خواهد گذاشت. افزایش مدیریت دانش و تمرکز در آن منجر به ابتکارات و نوآوری‌ها شده که خود بر عملکرد سازمان تأثیر می‌گذارد که بر این اساس فرضیه زیر پیشنهاد می‌شود:

فرضیه ۴: مدیریت دانش از طریق نوآوری در عملکرد مرکز رشد و فناوری دانشگاه شهید بهشتی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

مدل مفهومی تحقیق

چارچوب نظری پژوهش در شکل ۱ ارایه شده است. در این پژوهش تأثیر مدیریت دانش و نوآوری بر عملکرد سازمان بررسی می‌شود. بررسی مدیریت دانش در سازمان عامل مهمی در افزایش نوآوری به حساب می‌آید. نوآوری شامل نوآوری در محصول و فرایند می‌شود. بهبود در ظرفیت‌های نوآوری نیز عاملی در ارتقای عملکرد سازمان‌ها در ابعاد مختلف عملکرد مالی، فرایند و داخلی است.



شکل ۱: مدل مفهومی تحقیق

منبع: (یافته‌های نگارندگان)

۲- روش تحقیق

این تحقیق از لحاظ هدف از نوع کاربردی و از نظر انجام پژوهش، توصیفی از نوع پیمایشی-تحلیلی می‌باشد زیرا این امکان را فراهم می‌کند تا به داده‌های مورد نیاز از طریق طرح نمونه‌گیری در قالب متغیرهای مورد مطالعه دست پیدا کرد و از این طریق روابط بین آن‌ها را

مشخص ساخت و در فرایند تصمیم‌گیری به کار گرفت. به منظور جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز این تحقیق و برای اندازه‌گیری متغیرهای این مدل از روش پرسشنامه استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش را کارکنان مرکز رشد و واحدهای فناوری و کارآفرینی دانشگاه شهید بهشتی به تعداد ۱۰۰ نفر، تشکیل می‌دهند. تعداد نمونه مورد استفاده در این پژوهش توسط فرمول نمونه‌گیری کوکران میزان ۷۹ نفر محاسبه گردید. از این رو پرسشنامه در میان ۹۰ نفر از کارکنان به صورت تصادفی توزیع و در این میان ۸۰ پرسشنامه عودت داده شد. بخش اول پرسشنامه متغیرهای مدیریت دانش که شامل ۳۴ سؤال در قالب ۳ بعد کسب دانش، تبدیل دانش و برنامه دانش می‌باشد. بخش دوم پرسشنامه متغیرهای نوآوری بوده که شامل ۶ سؤال در قالب ۲ بعد نوآوری در محصول و نوآوری در فرایند است. بخش سوم پرسشنامه نیز در خصوص عملکرد بوده که شامل ۱۰ سؤال در قالب ۳ بعد عملکرد مالی، عملکرد فرایند و عملکرد داخلی است. چارچوب کلی سؤالات پرسشنامه بر اساس تحقیق جو و لی^۱ و لویز نیکلاس و مرونو سردان می‌باشد. در این پرسشنامه از پاسخ‌دهندگان خواسته شده است تا میزان تطابق سازمان خود با هر کدام از ابعاد را بر اساس طیف ارزشی لیکرت مشخص کنند. برای اطمینان کامل روابی پرسشنامه تحقیق از نظر استاتید صاحب‌نظر در این زمینه استفاده شد و اصلاحات لازم انجام گردید. همچنین به منظور سنجش قابلیت پایایی پرسشنامه و اطمینان از هماهنگی درونی ابزار اندازه‌گیری تحقیق از آلفای کرونباخ استفاده شد که بر این اساس به ترتیب برای متغیرهای مدیریت دانش، نوآوری و عملکرد برابر با ۰,۸۰۲، ۰,۸۲۸، ۰,۸۳۰ می‌باشد که از این رو می‌توان گفت پرسشنامه مذکور از پایایی بالایی برخوردار است. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها از مدل معادلات ساختاری استفاده شد (برای انجام این تحلیل‌ها از نرم‌افزار PLS استفاده شده است).

۳- یافته‌های پژوهش

نتایج بررسی آمار جمعیت شناختی نشان داد که ۴۷,۵ درصد از پاسخگویان مرد و ۵۲,۵ درصد از پاسخگویان زن می‌باشند. همچنین ۲,۵ درصد از پاسخگویان دارای مدرک فوق دیپلم، ۵۲,۵ درصد دارای مدرک کارشناسی و ۴۵ درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد می‌باشد. از میان پاسخگویان کمترین میزان سن ۲۱ سال و بیشترین سن ۴۸ سال می‌باشد. میانگین سن پاسخگویان ۲۸,۲ با انحراف استاندارد ۵,۲۳ می‌باشد. این اطلاعات در جدول ۱ نشان داده شده است:

¹-Ju & Li & Lee

جدول ۱: آمار جمعیت شناختی

درصد	تعداد	گروه	
۴۷,۵	۳۸	مرد	جنسیت
۵۲,۵	۴۲	زن	
۲,۵	۱	فوق دیپلم	تحصیلات
۵۲,۵	۴۱	کارشناسی	
۴۷	۳۸	کارشناسی ارشد	
میانگین	بیشترین	کمترین	
۲۸,۲	۴۸	۲۱	سن

منبع: (محاسبات نگارندگان)

آمار توصیفی متغیرهای تحقیق: در جدول ۲ آمار توصیفی متغیرهای تحقیق گزارش شده است.

جدول ۲: آمار توصیفی

متغیرها	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد
کسب دانش	۸۰	۲,۳۴۵۸	۰,۴۸۶۴۸
تبدیل دانش	۸۰	۲,۴۱۷۵	۰,۵۱۰۳۵
برنامه ی دانش	۸۰	۲,۱۷۰۸	۰,۵۱۹۵۴
نوآوری در محصول	۸۰	۲,۶۸۳۳	۰,۷۷۶۹۸
نوآوری در فرایند	۸۰	۲,۶۳۳۳	۰,۷۲۷۱۷
عملکرد مالی	۸۰	۲,۳۷۵۰	۰,۷۴۰۳۲
عملکرد فرایند	۸۰	۲,۲۸۷۵	۰,۵۷۸۸۷
عملکرد داخلی	۸۰	۲,۲۹۱۷	۰,۷۱۶۸۶

منبع: (محاسبات نگارندگان)

متغیر کسب دانش با میانگین ۲,۳۴، تبدیل دانش با میانگین ۲,۴۱، برنامه دانش با میانگین ۲,۱۷، نوآوری در محصول با میانگین ۲,۶۸، نوآوری در فرایند با میانگین ۲,۶۳، عملکرد مالی با میانگین ۲,۳۷، عملکرد فرایند با میانگین ۲,۲۸ و عملکرد داخلی با میانگین ۲,۲۹ می باشد. برازش مدل: به منظور بررسی شاخص های برازش مدل جدول ۳ گزارش شده است.

جدول ۳: شاخص‌های برازش مدل

شاخص حشو ^۶	شاخص های اشتراک ^۵	مقادیر اشتراکی ^۴	آر اسکوئر ^۳	آلفای کرونباخ	آلفای کرونباخ ترکیبی ^۲	میانگین واریانس استخراجی ^۱	
۰,۷۳۷	۰,۷۳۷	۰,۷۳۸۳	-	۰,۸۳۰۵	۰,۸۹۴۲	۰,۷۳۸۳	مدیریت دانش
۰,۱۹۴	۰,۸۴۶	۰,۸۴۵۹	۰,۲۴۳۹	۰,۸۲۸۳	۰,۹۱۶۴	۰,۸۴۵۹	نوآوری
۰,۴۱۱	۰,۷۱۲	۰,۷۱۸۹	۰,۵۸۲۶	۰,۸۰۲۹	۰,۸۸۴۳	۰,۷۱۸۹	عملکرد

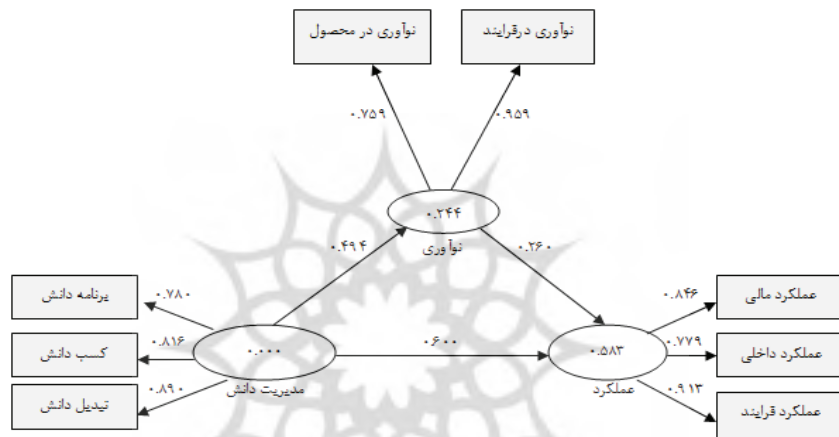
منبع: (محاسبات نگارندگان)

با توجه به اینکه مقدار مناسب برای دو شاخص آلفای کرونباخ و آلفای کرونباخ ترکیبی مذکور مقدار ۰,۷ می‌باشد مشخص می‌شود که متغیرهای پنهان (سازه) مورد بررسی در وضعیت مطلوب قرار دارند. برای بررسی روایی همگرایی از شاخص AVE (میانگین واریانس استخراجی) استفاده شده است. با توجه به اینکه مقدار مناسب برای شاخص مذکور مقدار ۰,۵ می‌باشد مشخص می‌شود که متغیرهای پنهان (سازه) مورد بررسی در وضعیت مطلوب قرار دارند. معیار آراسکوئر نشان دهنده تأثیر یک متغیر برون‌زا (متغیر مستقل) بر یک متغیر درون‌زا (متغیر وابسته) می‌باشد. با توجه به میزان استاندارد این شاخص که بالاتر از ۰,۳۳ به عنوان ملاک متوسط و ۰,۶۷ به عنوان ملاک قوی می‌باشد، وضعیت متغیر نوآوری ضعیف و متغیر عملکرد متوسط می‌باشد. برای بررسی کیفیت یا اعتبار مدل از بررسی اعتبار که شامل شاخص بررسی اعتبار اشتراک و شاخص بررسی اعتبار حشو یا افزونگی می‌باشد، استفاده شده است. شاخص اشتراک - کیفیت (که مدل استو-گیسر نیز می‌گویند)، کیفیت اندازه‌گیری هر بلوک را می‌سنجد. شاخص حشو با در نظر گرفتن مدل اندازه‌گیری، کیفیت مدل ساختاری را برای هر بلوک درون‌زا اندازه‌گیری می‌کند. مقادیر مثبت این شاخص‌های نشانگر کیفیت مناسب و قابل قبول مدل اندازه‌گیری و ساختاری می‌باشد. در جدول ۳ مقادیر هر یک از شاخص‌های مربوط به متغیرهای مستقل و وابسته آورده شده است. همان طور که مشاهده می‌شود شاخص‌ها مثبت و بزرگتر از صفر می‌باشد. لذا مدل با تکیه بر این شاخص‌ها مورد تأیید است. با توجه به جدول ۳ مشخص می‌شود میانگین مقادیر اشتراکی میزان ۰,۷۶۷ می‌باشد. همچنین میانگین آراسکوئر گزارش شده در جدول ۳ میزان ۰,۴۱۳ می‌باشد. با توجه به مقادیر مذکور میزان شاخص GOF (برازش کلی)

¹-AVE²-Composite Reliability³-R Square⁴-Communality⁵-CV COM⁶-CV RED

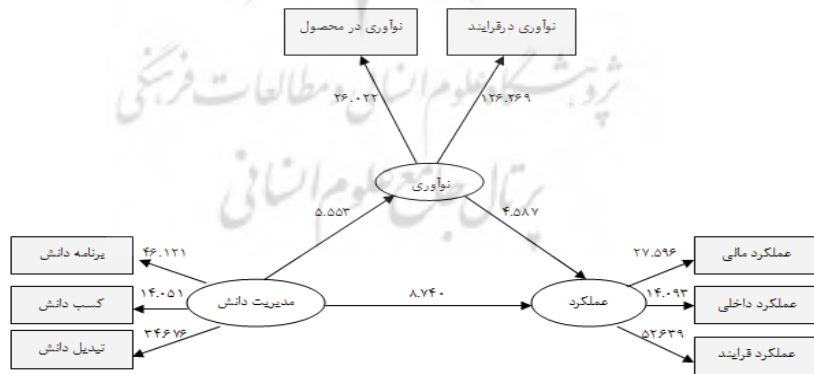
برابر با ۰,۵۶۲ می باشد که با توجه به حد استاندارد این شاخص (۰,۳۶) مشخص می شود مدل در وضعیت مطلوب و مناسبی برخوردار است.

مدل طراحی شده در نرم افزار با توجه به مدل مفهومی تحقیق به صورت شکل ۲ می باشد. در این نمودار اعداد روی فلش نشان دهنده بارهای عاملی متغیرها می باشد. همچنین در شکل ۳ سطوح معنی داری هر یک از بارهای عاملی گزارش شده است.



شکل ۲: نمودار بررسی ضرایب

منبع: (محاسبات نگارندگان)



شکل ۳: نمودار بررسی سطح معنی داری

منبع: (محاسبات نگارندگان)

بررسی فرضیات: فرضیات تحقیق مورد بررسی و آزمون قرار گرفت که نتایج زیر حاصل گردید:

- مدیریت دانش در نوآوری مرکز رشد و فناوری دانشگاه شهید بهشتی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

جدول ۴- تحلیل مسیر (بررسی تأثیر مدیریت دانش در نوآوری)

نتیجه آزمون	خطای استاندارد	سطح معنی داری تی	ضریب مسیر	فرضیه
پذیرش فرضیه	۰,۰۸۸۹	۵,۵۵۳	۰,۴۹۴	مدیریت دانش در نوآوری شرکت تأثیر مثبت و معناداری دارد

منبع: (محاسبات نگارندگان)

این فرضیه بیان می‌کند که مدیریت دانش در نوآوری سازمان تأثیر مثبت و معناداری دارد. در سطح اطمینان ۰,۹۵ بر اساس نتایج ارزیابی مدل، ضریب همبستگی (بار عاملی) میزان ۰,۴۹۴ در سطح معنی داری مطلوب می‌باشد. با توجه به بزرگ‌تر بودن میزان سطح معنی داری تی از میزان ۱,۹۶ مشخص می‌شود مدیریت دانش در نوآوری سازمان تأثیر مثبت و معناداری دارد. لذا فرض صفر رد شده و فرضیه تحقیق مورد تأیید است.

- نوآوری در عملکرد مرکز رشد و فناوری دانشگاه شهید بهشتی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

جدول ۵: تحلیل مسیر (بررسی تأثیر نوآوری در عملکرد)

نتیجه آزمون	خطای استاندارد	سطح معنی داری تی	ضریب مسیر	فرضیه
پذیرش فرضیه	۰,۰۵۶۸	۴,۵۸۷	۰,۲۶۰	نوآوری در عملکرد شرکت تأثیر مثبت و معناداری دارد.

منبع: (محاسبات نگارندگان)

این فرضیه بیان می‌کند که نوآوری در عملکرد سازمان تأثیر مثبت و معناداری دارد. در سطح اطمینان ۰,۹۵ بر اساس نتایج ارزیابی مدل، ضریب همبستگی (بار عاملی) میزان ۰,۲۶۰ در سطح معنی داری مطلوب می‌باشد. با توجه به بزرگ‌تر بودن میزان سطح معنی داری تی از

میزان ۱,۹۶ مشخص می‌شود نوآوری در عملکرد سازمان تأثیر مثبت و معناداری دارد. لذا فرض صفر رد شده و فرضیه تحقیق مورد تأیید است.

- مدیریت دانش در عملکرد مرکز رشد و فناوری دانشگاه شهید بهشتی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

جدول ۶: تحلیل مسیر (بررسی تأثیر مدیریت دانش در عملکرد سازمان)

نتیجه آزمون	خطای استاندارد	سطح معنی داری تی	ضریب مسیر	فرضیه
پذیرش فرضیه	۰,۰۴۹۱	۸,۷۴۰	۰,۶۰۰	مدیریت دانش در عملکرد سازمان تأثیر مثبت و معناداری دارد.

منبع: (محاسبات نگارندگان)

این فرضیه بیان می‌کند که مدیریت دانش در عملکرد سازمان تأثیر مثبت و معناداری دارد. در سطح اطمینان ۰,۹۵ بر اساس نتایج ارزیابی مدل، ضریب همبستگی (بار عاملی) میزان ۰,۶۰۰ در سطح معنی‌داری مطلوب می‌باشد. با توجه به بزرگ‌تر بودن میزان سطح معنی‌داری تی از میزان ۱,۹۶ مشخص می‌شود مدیریت دانش در عملکرد سازمان تأثیر مثبت و معناداری دارد. لذا فرض صفر رد شده و فرضیه تحقیق مورد تأیید است.

- مدیریت دانش از طریق نوآوری در عملکرد مرکز رشد و فناوری دانشگاه شهید بهشتی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

جدول ۷: تحلیل مسیر (بررسی تأثیر مدیریت دانش در عملکرد سازمان از طریق نوآوری)

نتیجه آزمون	خطای استاندارد	سطح معنی داری تی	ضریب مسیر	فرضیه
پذیرش فرضیه	۰,۰۷۹۴	۳,۴۵۵	۰,۲۷۴	مدیریت دانش از طریق نوآوری در عملکرد تأثیر مثبت و معناداری دارد.

منبع: (محاسبات نگارندگان)

این فرضیه بیان می‌کند که مدیریت دانش از طریق نوآوری در عملکرد تأثیر مثبت و معناداری دارد. در سطح اطمینان ۰,۹۵ بر اساس نتایج ارزیابی مدل، ضریب همبستگی

(بارعاملی) به صورت غیرمستقیم میزان ۰,۲۷۴ در سطح معنی‌داری مطلوب می‌باشد. با توجه به بزرگ‌تر بودن میزان سطح معنی‌داری تی از میزان ۱,۹۶ مشخص می‌شود مدیریت دانش از طریق نوآوری در عملکرد تأثیر مثبت و معناداری دارد. لذا فرض صفر رد شده و فرضیه تحقیق مورد تأیید است.

۴- بحث و نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر مدیریت دانش و نوآوری در عملکرد مرکز رشد و فناوری دانشگاه شهید بهشتی بوده که با ارایه مدلی در این راستا محقق شد. آزمون معادلات ساختاری و تحلیل مسیر نشان داد که مدل مفهومی پژوهش حاضر از برازش مناسبی برخوردار است. نتایج حاصل از تحلیل‌های آماری نیز نشان دادند که مدیریت دانش در نوآوری شرکت تأثیر مثبت و معناداری دارد. این یافته هم‌راستا با مطالعات بیان شده از محققینی چون داروک (۲۰۰۵)، لویز نیکلاس و مرونو سردان (۲۰۱۱)، دونیت و سانچز (۲۰۱۴) و لی و همکاران (۲۰۱۴) می‌باشد. بر این اساس می‌توان گفت مدیریت دانش مؤثر به عنوان روشی جهت بهبود ظرفیت نوآوری شرکت است. همچنین بیان شد که نوآوری در عملکرد سازمان تأثیر مثبت و معناداری دارد. این یافته هم‌راستا با مطالعات رایت و همکاران (۲۰۰۶) و اسار و اسار (۲۰۱۲) می‌باشد که می‌توان استدلال کرد محصولات و خدمات جدید باعث برآورده کردن انتظارات مشتریان بالقوه و افزایش بهره‌وری شده که تأثیر قوی و مثبت بر عملکرد سازمانی دارد. تأیید فرضیه مدیریت دانش در عملکرد شرکت تأثیر مثبت و معناداری دارد نیز با مطالعات محققینی چون بایرسناو (۲۰۱۴)، هولسپیل و جونز (۲۰۰۴) و کابرا و کابرا (۲۰۰۵) همسو می‌باشد که بر این اساس تأکید بیشتر بر سنجش عملکرد، منجر به میزان بیشتری از فعالیت‌های مدیریت دانش می‌شود و در نهایت نتایج به دست آمده نشان از تأثیر مثبت مدیریت دانش از طریق نوآوری بر عملکرد کسب و کار دارد. در واقع این نتایج بیان کرد که مدیریت دانش پیش‌نیاز نوآوری‌ها _ که شامل نوآوری در محصول و نوآوری در فرایند می‌شود _ است و افزایش نوآوری‌ها در عملکرد سازمان مؤثر بوده و موجب بهبود آن می‌شود. همچنین نشان می‌دهد در صورتی که مدیریت دانش به شیوه‌ای مناسب اجرا شود موجب نوآوری‌ها و ابتکارات بیشتر و ارتقای عملکرد خواهد شد که این خود عاملی جهت تمایز و مزیت رقابتی برای سازمان‌ها خواهد بود. نتایج به دست آمده از تحقیق، هم‌راستا با نظریات اسار و اسار (۲۰۱۲) بیان می‌کند در صورتی که کارکنان رویکردهای نوآوری را به عنوان ارزش‌های اساسی و هنجارها بپذیرند و اگر رویکردهای نوآوری به عنوان یک فرهنگ در سازمان‌ها گسترش یابد، بر عملکرد کسب و کار تأثیر مثبت خواهد گذاشت. در واقع سازمانی می‌تواند عملکرد بالا و مؤثری داشته باشد که فرایندهای مدیریت دانش و ابعاد آن (کسب دانش،

تبدیل دانش، برنامه دانش) را در سازمان پیاده‌سازی کرده و از این طریق نوآوری‌ها را افزایش دهند. با توجه به مزایای پیاده‌سازی مدیریت دانش مدیران سازمان باید برای بهره‌مندی از مزایا، برنامه‌ریزی‌های بلندمدتی را توسط مدیریت منابع انسانی خود انجام دهند. پژوهش حاضر از محدودیت‌هایی برخوردار بود؛ از جمله نخست، از آنجا که این پژوهش تنها در مراکز رشد و واحدهای فناوری دانشگاه شهید بهشتی صورت گرفته است جامعه‌ی آماری ما محدود بوده و قابلیت تعمیم‌پذیری کم است و دوم محدود بودن این پژوهش به استفاده از ابزار پرسشنامه بوده است. پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آینده محققین دیگر از سایر روش‌ها از جمله مشاهده و مصاحبه به دلیل عینی‌تر شدن بررسی‌ها استفاده کنند. با توجه به نتایج آمار توصیفی متغیرهای تحقیق کسب دانش دارای میانگین کمتری نسبت به سایر ابعاد بوده که بر این اساس پیشنهاد می‌شود مرکز رشد دانشگاه شهید بهشتی به کسب دانش بیشتری پرداخته و به دنبال ارتقا و بهبود برنامه‌های دانشی در آن سازمان باشند. همچنین نوآوری در بعد فرایند را افزایش دهند که این کار را می‌توانند از طریق افزایش ارتباطات مشتری و کارمندان با مدیران ارشد و نیز دریافت پیشنهادات و انتقادات و نظرات آن‌ها در سازمان گسترش دهند. از آنجا که نتایج نشان داده مدیریت دانش تأثیر بیشتری بر عملکرد مالی از سایر ابعاد عملکردی داشته است، می‌توان پیشنهاد کرد با پیاده‌سازی برنامه‌های مدیریت دانش و افزایش نوآوری‌های بیشتر منجر به بهبود و ارتقای عملکرد داخلی و عملکرد فرایند شوند. در این راستا به منظور بهبود وضعیت مدیریت دانش در سازمان پیشنهاد می‌شود فرایندهای کسب دانش مشتری بهبود و بازمهندسی شود. بهبود فرآیندهای خلق دانش سازمانی و ایجاد سازوکاری برای کسب دانش در مورد تأمین‌کنندگان می‌تواند مفید باشد. سازمان باید از بازخورد پروژه‌ها به منظور بهبود پروژه‌های آتی استفاده نماید تا بتواند چرخه دانشی در سازمان ایجاد کند. همچنین فرایندهایی برای کسب دانش در مورد رقبا می‌تواند مؤثر باشد. ایجاد تیم‌هایی جهت شناسایی تجارب موفق سازمانی و بیرون سازمانی و طراحی فرایندهایی برای تبدیل دانش به طراحی محصولات/ خدمات جدید می‌تواند در بهبود خدمات مفید باشد. ایجاد سازوکاری برای فرایندهایی به منظور تبدیل هوش رقابتی به برنامه‌های اجرایی و نیز فرایندهایی جهت یکپارچه‌سازی منابع مختلف و سازماندهی دانش از گام‌های دیگری است که می‌بایست مورد توجه قرار گیرد. همچنین ایجاد فرهنگ تسهیم دانش سازمانی و تشویق کارکنان بر مبنای اشتراک‌گذاری دانش بین سازمانی گامی اساسی در بهبود مدیریت دانش سازمانی می‌باشد.

۵- منابع

- Acar, A. Z., & Acar, P. (2012). The effects of organizational culture and innovativeness on business performance in healthcare industry. *Social and Behavioral Sciences*, 58, 683-692.
- Beckman, T. J. (1999). *The current state of knowledge management*. in Liebowitz, J. (Ed.), Knowledge Management Handbook, CRC Press, Boca Raton, FL.
- Belso-Martinez, J. A., Molina-Morales, F. X., & Mas-Verdu, F. (2011). Clustering and internal resources: Moderation and mediation effects. *Journal of Knowledge Management*, 15(5), 738-758.
- Bhatt, G. D. (2001). Knowledge management in organisations: examining the interaction between technologies, techniques, and people. *Journal of Knowledge Management*, 5(1), 68-75.
- Birasnav, M. (2014). Knowledge management and organizational performance in the service industry: The role of transformational leadership beyond the effects of transactional leadership. *Journal of Business Research*, (67), 1622-1629.
- Borghini, S. (2005). Organizational creativity: Breaking equilibrium and order to innovate. *Journal of Knowledge Management*, 9(4), 19-33.
- Cabrera, E. F., & Cabrera, A. (2005). Fostering knowledge sharing through people management practices. *The International Journal of Human Resource Management*, 16(5), 720-35.
- Carnegie, R. & Butlin, M. (1993). *Managing the Innovative Enterprise: Australian Companies Competing against the World's Best*. Melbourne: Business Council of Australia.
- Casanueva, C., Castro, I., & Galán, J. L. (2013). Informational networks and innovation in mature industrial clusters. *Journal of Business Research*, 66, 603-613.
- Chen, C. J., & Huang, J. W. (2009). Strategic human resource practices and innovation performance — The mediating role of knowledge management capacity. *Journal of Business Research*, 62(1), 104-114.
- Choi, B., Poon, S., & Davis, J. (2008). Effects of knowledge management strategy on organizational performance: A complementarity theory-based approach. *Omega*, 36(2), 235-251.
- Coleman, D. (1999). *Groupware: collaboration and knowledge sharing*. in Liebowitz (Ed.), Knowledge Management Handbook, CRC Press, Boca Raton, FL.
- Darroch, J. (2005). Knowledge management, innovation and firm performance. *Journal of Knowledge Management*, 9(3), 101-115.
- Davenport, T.H., De Long, D.W. & Beers, M.C. (1998). Successful knowledge management projects. *Sloan Management Review*, 39(2), 43-57.
- Davenport, T. and Prusak, L. (1998). *Working Knowledge*. Harvard University Press, Boston, MA.
- Davenport, T. H., & Volpel, S. (2001). The rise of knowledge towards attention management. *Journal of Knowledge Management*, 5(3), 212-221
- DeTienne, K. B., Dyer, G., Hoopes, C., & Harris, S. (2004). Toward a model of effective knowledge management and directions for future research: Culture,

- leadership & CKOs. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 10(4), 26–43.
- Donate, M. J., & Sanchez de Pablo, J. D. (2014). The role of knowledge-oriented leadership in knowledge management practices and innovation. *Journal of Business Research*, 68(2), 360-370.
- Fidel, P., Schlesinger, W., Cervera, A. (2015). Collaborating to innovate: Effects on customer knowledge management and performance. *Journal of Business Research*, (68), 1426-1428.
- Gloet, M., and Terziovski, M. (2004). Exploring the relationship between Knowledge management practices and innovation performance. *Journal of Manufacturing Technology Management*, (5), 402-409.
- Hansen, M.T., Nohria, N. & Tierney, T. (1999). What's your strategy for managing knowledge?. *Harvard Business Review*, March-April.
- Holsapple, C. W., & Jones, K. (2004). Exploring primary activities of the knowledge chain. *Knowledge and Process Management*, 11(3), 155–174.
- Husted, K. & Michailova, S. (2002). Diagnosing and fighting knowledge-sharing hostility. *Organizational Dynamics*, 31(1), 60-73.
- Ju, T. L., Li, C. Y., & Lee, T. S. (2006). A contingency model for knowledge management capability and innovation. *Journal Industrial Management & Data Systems*, 106(6), 855-877.
- Lai, Y., Hsu, M., Lin, F. J., Chen, M., & Lin, H. (2014). The effects of industry cluster knowledge management on innovation performance. *Journal of Business Research*, (67), 734-739.
- Liebowitz, J. & Beckman, T. (1998). *Knowledge Organizations: What Every Manager Should Know*. CRC Press, Boca Raton, FL.
- Lin, H. F. (2011). The effects of employee motivation, social interaction, and knowledge management strategy on KM implementation level. *Knowledge Management Research & Practice*, 9(3), 263–275.
- Lindner, F., & Wald, A. (2011). Success factors of knowledge management in temporary organizations. *International Journal of Information project management*, (29), 877-888
- Lopez-Cabrales, A., Perez-Luno, A., & Valle-Cabrera, R. (2009). Knowledge as mediator between HRM practices and innovative activity. *Human Resource Management*, 48(4), 485–503.
- Lopez-Nicolas, C., and Merono-Cerdan, A. L. (2011). Strategic knowledge management, innovation and performance. *International Journal of Information Management*, (31), 502-509.
- Moffett, S., McAdam, R., & Parkinson, S. (2002). Developing a model for technology and cultural factors in knowledge management: A factor analysis. *Knowledge and Process Management*, 9(4), 237–255.
- Mooradian, N. (2005). Tacit knowledge: philosophic roots and role in KM. *Journal of Knowledge Management*, 9(6), 104-13.
- Morris, S., Snell, S.A., Kang, S.C. & Collins, C. J. (2002). Extending the human resource architecture: implications from social capital theory. *Academy of Management Meetings, Denver*.

- Nonaka, I. (1994). A dynamic theory of organizational knowledge creation. *Organization Science*, 5(1), 14–37.
- Nonaka, I. & Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge-creating Company*. Oxford University Press, New York, NY.
- Rigby, D., & Bilodeau, B. (2011). *Management tools & trends 2011*. London: *Bain & Company*.
- Smith, E. A. (2001). The role of tacit and explicit knowledge in workplace. *Journal of Knowledge Management*, 5(4), 311-21.
- Simpson Penny, M., Siguaw Judy, A., Enz Cathy, A. (2006). Innovation orientation outcomes: the good and the bad. *Journal of Business Research*, 59(10), 1133-1141.
- Stewart, T. (1997). *Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations*. Nicholas Brealey, London.
- Stover, M. (2004). Making tacit knowledge explicit: the ready reference database as codified knowledge. *References Services Review*, 32(2), 164-73.
- Walker, R. M., Damanpour, F., & Devece, C. A. (2011). Management innovation and Organizational performance: mediating role of planning and control. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 21, 367e386.
- Walker, R. M., chen, J., Aravind, D. (2015). Management innovation and firm performance: An integration of research findings. *European Management Journal*, 1-16.
- Wright, R. E, Palmer, J. C, Perkins, D. (2006). Types of product innovations an small business performance in hostile and benign environments. *J Small Bus Strat* 2005; 15(2), 33–44.
- Zack, M. H. (1999). Developing a knowledge strategy. *California Management Review*, 41(3), 125–145.



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی