

تأثیر ابعاد مدیریت دانش بر موفقیت پروژه و استراتژی های کسب و کار

سید رامین نایب اصل

کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی - بازاریابی، واحد ساوه، دانشگاه آزاد اسلامی، ساوه، ایران.

s.r.nayebasl@gmail.com

شماره ۲۵/تابستان ۱۳۹۹ (جلد اول) /صص ۴۶-۵۳
چشم انداز حسابداری و مدیریت (دوره سوم)

چکیده

مطالعه حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات در گروه تحقیقات کتابخانه‌ای - میدانی قرار می‌گیرد. هدف از این پژوهش تأثیر ابعاد مدیریت دانش بر موفقیت پروژه و استراتژی‌های کسب و کار است. جامعه آماری این پژوهش تمامی مدیر عاملان شرکت های تولیدی و صنعتی شهر تهران می‌باشند. لذا با توجه به نامحدود بودن جامعه آماری تعداد نمونه آماری برای کل جامعه با توجه به جدول مورگان ۳۸۴ نفر در نظر گرفته شده است. ابزار گرد آوری داده ها پرسشنامه محقق ساخته‌ای است که روایی آن توسط تعدادی از اساتید دانشگاه و متخصصین حیطه مذکور تأیید شده است. میزان پایایی پرسشنامه نیز بالای ۰/۷ به دست آمد که نشان از مناسب بودن ابزار گرد آوری داده ها می باشد. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS و آماره های توصیفی و استنباطی انجام شده است. به منظور ارائه مدل از نرم افزار AMOS بهره گرفته شد. در نهایت نتایج نشان داد که بعد فناوری، بعد ساختار، بعد فرهنگ مدیریت دانش تأثیر مثبت و معنی داری بر سودآوری استراتژی کسب و کار داشته و بعد فناوری مدیریت دانش تأثیر مثبت و معنی داری بر موفقیت پروژه نداشته اما بعد ساختار و فرهنگ بر موفقیت پروژه تأثیر مثبت و معنی دار داشته است.

واژگان کلیدی: مدیریت دانش، مدیریت پروژه، استراتژی های کسب و کار.

مقدمه

در عصر کنونی با پیشرفت فناوری، و شکل گیری نیازهای جدید سازمانها نیز پیچیده تر و اداره آنها مشکل تر شده است. بقا و عملکرد یک سازمان مستلزم سرعت بخشیدن و توسعه دانش است (چالمتا^۱، ۲۰۰۶). حفظ و نگهداری و حضور پایدار در بازار برای یک سازمان حیاتی است چرا که این حضور است که برای سازمان سودآوری ایجاد می کنند (لین و همکاران^۲، ۲۰۰۶). اما به جرأت می توان به این نکته اشاره کرد که بدون بکارگیری مدیریت دانش این مهم امکان پذیر نیست. برای افزایش کارایی و اثربخشی سازمان و اطمینان از ارائه مطلوب کالا و خدمات به مشتریان و یا کارفرمایان و کسب رضایت آنان، باید دانش خود را مدیریت کنیم (پلسیس و بون^۳، ۲۰۰۴). بنابراین مدیریت دانش جزء لاینفک مدیریت است. دانش مفهوم تشخیص داده از اطلاعات است. داده شامل جریانی از رویدادها، واقعیت ها، مشاهدات، یا ادراک توسط یک سازمان می باشد. مجموعه ای از داده های است که به طور مؤثر مورد استفاده قرار می گیرد.

¹ chalmenta

² Lin et al

³ Plsiss & born

دانش تبدیل اطلاعات است و شامل اعتقادات، مفاهیم، ادراک و متدولوژیها است دانش بالاترین سطح از سلسله مراتب و اطلاعات در سطح میانی و داده در پایین ترین سطح قرار می گیرد. سازمان با مدیریت دانش توسعه یافته قابلیت منحصر به فردی خواهد داشت و شرکت هایی با مدیریت دانش پیشرفته بستگی به میزان قابلیت آنها از مدیریت دانش دارد. مدیریت دانش می تواند بطور همزمان ایجاد دانش در کیفیت و کمیت را افزایش دهد (اسپک^۴، ۲۰۱۰). مدیریت دانش در جریان سازمان را شامل توسعه دانش نوآوری، توزیع دانش مورد نیاز ثبت و ذخیره دانش برای آینده و کاربرد و یکپارچگی دانش در کل سازمان بیان می کند.

در واقع مدیریت دانش یکی از مفاهیم جدید در عرصه مدیریت و فناوری اطلاعات است که به تازگی مورد توجه قرار گرفته است. ادبیات موجود بر این مفهوم اتفاق نظر دارند که با حاکمیت دانش و مدیریت صحیح آن در هر سازمانی می توان موفقیت امور و پروژه ها را تضمین نمود. در این راستا موفقیت پروژه در گرو برآوردن انتظارات ذینفعان می باشد و تحقق این هدف مستلزم حضور فرایندهای مشخصی در پروژه می باشد (عزیزی، ۱۳۸۶). با فرض بهره گیری از تعریف جامع برای مدیریت پروژه می توان اذعان داشت که مدیریت پروژه موفق با حضور فرایندهای مشخص یقیناً پروژه موفق به همراه دارد و با ممیزی آن می توان این موفقیت را سنجش نمود. اما یکی از ضعفهای بزرگ سازمان پروژه محور، نبود شاخص های مناسب جهت اجرای مدیریت دانش در آن ها می باشد (گنجی، ۱۳۹۳). مشکل فوق می تواند از طریق شناسایی شاخص های موثر بر عملکرد پروژه رفع شود. در این راستا تمامی سازمان ها می توانند از این رویکرد در جهت افزایش عملکرد و بهره وری خود استفاده نمایند. لذا هدف از مطالعه حاضر این می باشد که آیا ابعاد مدیریت دانش بر موفقیت پروژه و استراتژی های کسب و کار اثر گذار است یا خیر؟

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف در رده تحقیقات کاربردی، و از نوع توصیفی-پیمایشی می باشد. با توجه به تخصصی بودن موضوع از ابزار پرسشنامه برای جمع آوری مناسب اطلاعات، پس از مطالعه ادبیات موضوع عوامل کلیدی استفاده شد. در این پژوهش از روش های مختلفی برای جمع آوری اطلاعات استفاده شد از جمله ۱- کتب و مقالات مرتبط با موضوع تحقیق ۲- بررسی اسناد و مدارک سازمانی ۳- پرسشنامه مرتبط با موضوع.

از لحاظ مکانی این پژوهش در زمره پژوهش های میدانی و کتابخانه ای است. به طوری که برای جمع آوری اطلاعات تئوریک با موضوع به تورق کتابها و مقالات مرتبط پرداخته شده است و برای گردآوری داده ها از متخصصین مرتبط با موضوع و برای آزمون فرضیه ها از آمار استنباطی استفاده شده است. در این پژوهش، روش گردآوری داده ها از طریق آمارگیری نمونه ایی است و ابزار مورد استفاده پرسشنامه، مصاحبه و مشاهدات میدانی که هر کدام از این ابزارها برای قسمتی از کار پژوهش و گردآوری داده های خاصی بکار رفته است.

روایی و پایایی: پایایی یک وسیله اندازه گیری به دقت آن اشاره دارد. یعنی اگر صفت مورد نظر را تحت شرایط مشابه دوباره اندازه گیری کنیم نتایج حاصل مشابه و قابل اعتماد باشد. در این پژوهش برای اعتبار پرسشنامه، پس از تنظیم اولیه ی آن، به صورت مقدماتی و آزمایشی بین چند کارشناس توزیع و مورد نقد قرار گرفت که پس از اعمال نظرات آنها دوباره توسط چند صاحب نظر مورد بازنگری نهایی قرار گرفت. از سویی در این پژوهش برای تعیین پایایی یا قابلیت اعتماد نتایج از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. مقدار آلفای خروجی از نرم افزار SPSS بیشتر از ۰/۷ درصد محاسبه شد که اعتبار قابل قبولی است. با توجه به نامحدود بودن جامعه آماری تعداد نمونه آماری برای کل جامعه با توجه به جدول مورگان ۳۸۴ نفر در نظر گرفته شده است. در این پژوهش برای آزمون فرضیه ها از روشهای موجود در آمار

⁴ spack

توصیفی و استنباطی استفاده شده است. داده هایی که از پرسشنامه جمع آوری شده، در جدول های آماری خلاصه گردیده و سپس برخی از شاخص های گرایش به مرکز و پراکندگی با استفاده از نرم افزار spss به تجزیه و تحلیل داده ها پرداخته شده است.

یافته های پژوهش

جدول (۱): آمار توصیفی

مؤلفه	مدیریت دانش	شاخص آماری	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
فناوری	اهداف بر مبنای استراتژی پهای بازار تدوین می شود	درصد	۲۰/۸	۲۱/۹	۲۴	۲۴	۹/۴
	نسبت هزینه به تولید، در شرکت مدام با بروز ترین تکنیک ها ارزیابی می شود	درصد	۱۴/۶	۲۴	۳۰/۲	۲۷/۱	۴۴/۲
	با توجه به نیاز بازار تولید صورت خواهد گرفت	درصد	۱۲/۵	۲۵	۲۶	۳۰/۲	۶/۲
	تولید با توجه به نیازسنجی از محیط انجام خواهد شد	درصد	۱۹/۸	۲۵	۲۴	۲۰/۸	۱۰/۴
ساختار	حجم تولید با توجه به موفقیت رقبا در بازار تخمین زده خواهد شد.	درصد	۱۹/۸	۲۲/۹	۲۷/۱	۲۴	۶/۲
	به خلاقیت و طرح ارزش های نو ارزش قائل می شوم	درصد	۱۹/۸	۱۸/۸	۱۹/۸	۳۴/۴	۷/۳
	اهداف کوتاه مدت شرکت به وضوح تعریف شده است	درصد	۱۵/۶	۳۳/۳	۲۶	۱۵/۶	۹/۴
	اهداف بلند مدت شرکت به وضوح تعریف شده است	درصد	۲۲/۹	۲۴	۲۵	۲۴	۴/۲
فرهنگ	سودآوری برای شرکت امری حیاتی است	درصد	۲۰/۸	۲۱/۹	۲۴	۲۴	۹/۴
	سعی میکنم با عقاید، افکار و اطلاعات شخصی دیگران که مبتنی بر تجارب آنان است آشنا شوم.	درصد	۱۴/۶	۲۴	۳۰/۲	۲۷/۱	۴۴/۲
	با ارائه نمونه های عینی مقصودم را برای دیگران روشن می کنم	درصد	۱۲/۵	۲۵	۲۶	۳۰/۲	۶/۲

به منظور سنجش این مهم که هر یک از ابعاد مطرح شده در چه وضعیتی قرار دارند از آمار توصیفی درصد به تفکیک گزارش هریک از ابعاد اشاره شده است. جدول زیر نتایج آمار توصیفی هر گویه در بعد موفقیت و استراتژی پروژه به تفکیک درصد را در طیف لیکرت نشان می دهد.

جدول (۲): آمار توصیفی موفقیت پروژه و استراتژی کسب و کار

موفقیت و استراتژی پروژه	درصد	کاملاً موافقم	موافقم	نه موافقم نه مخالفم	مخالفم	کاملاً مخالفم
مدیر پروژه قادر است که گوش کند، درک کند و به طور صحیح و مستمر ارتباط برقرار کند.	درصد	۵/۲	۲۶	۲۲/۹	۳۲/۳	۱۳/۵
مدیریت ارشد نسبت به ابعاد پروژه متعهد است.	درصد	۱۰/۴	۲۰/۸	۲۴	۲۵	۱۹/۸
مقیاس های ارزیابی پروژه برای اعضای تیم بسیار روشن است.	درصد	۵/۲	۲۶	۲۲/۹	۳۲/۳	۱۳/۵
مدیر پروژه نسبت به ابعاد پروژه متعهد است.	درصد	۸/۳	۲۱/۹	۲۴	۲۶	۱۹/۸
اعضای تیم پروژه بسیار با انگیزه هستند.	درصد	۸/۳	۲۵	۲۰/۸	۲۷/۱	۱۸/۸
مدیر پروژه با انگیزه است، نگرش مثبت و تفکر خلاق دارد.	درصد	-	۲۲/۹	۳۱/۲	۲۴	۲۰/۸
مدیریت ارشد، دانش و درک خوبی از اهداف استراتژیک و استراتژی های تولید و کسب و کار دارد.	درصد	۴/۲	۲۰/۸	۲۵	۲۸	۹/۲۱
مدیر پروژه گرایش قوی به سمت هدف دارد.	درصد	۷/۳	۳۴/۴	۱۹/۸	۱۸/۸	۱۹/۸

۱۵/۶	۳۳/۳	۲۶	۱۵/۶	۹/۴	درصد	مدیر پروژه توانایی دارد پروژه را به عنوان یک کل ببیند.
۱۸/۸	۲۷/۱	۲۰/۸	۲۵	۸/۳	درصد	مدیریت ارشد، حمایت فعال و مشهودی از پروژه می‌کند.
۲۰/۸	۲۴	۳۱/۲	۲۲/۹	-	درصد	مدیریت ارشد در شکل گیری استراتژی مشارکت می‌کند.
۱۷/۷	۲۶	۲۸/۱	۱۹/۸	۸/۳	درصد	مدیر پروژه از مهارت‌های سازماندهی برخوردار است.
۲۱/۹	۲۸	۲۵	۲۰/۸	۴/۲	درصد	اعضای تیم پروژه، اشتیاق، نگرش مثبت و تفکر خلاق دارند.
۱۳/۵	۲۵	۲۵	۶/۲	۳۰/۲	درصد	مدیر پروژه، دانش و درک خوبی از اهداف استراتژیک و استراتژی های تولید و کسب و کار دارد.
۱۳/۵	۲۵	۳۰/۲	۲۵	۶/۲	درصد	مدیر پروژه، مهارت‌های برنامه ریزی دارد.
۱۹/۸	۱۸/۸	۱۹/۸	۳۴/۴	۷/۳	درصد	کارکنان تولید از پروژه آگاه هستند.
۲۲/۹	۲۴	۲۵	۲۴	۴/۲	درصد	کارکنان تولید در زمینه چگونگی کار کردن با سیستم ها، کاربردها و تکنولوژی جدید و پیامد و مزایای آن آموزش می بینند.
۱۳/۵	۲۵	۳۰/۲	۲۵	۱/۲	درصد	اعضای تیم پروژه نسبت به ابعاد پروژه متعهد هستند.
۲۴	۲۴	۲۶	۶۰۲	۲/۳۹	درصد	مدیر پروژه، منعطف، صبور و پیگیر است و به خوبی می‌تواند از عهده موقعیت ها برآید.
۲۵	۳۰/۲	۲۸/۱	۵/۲	۱۴/۳	درصد	تیم پروژه شامل اعضای چند وظیفه ای از واحدهای مختلف است.
۲۸/۱	۲۲/۹	24	7.3	۲/۹۸	درصد	در طول کل پروژه، مدیر پروژه ثابت است.
۲۵	۲۸/۱	۲۲/۹	۵/۲	۳/۱۴	درصد	تغییرات در مسؤلیت های اعضای تیم پروژه به روشنی تعریف شده و درک می‌شود.
۲۷/۱	۱۹/۸	۲۵	۷/۳	۳/۱۹	درصد	مدیر پروژه قادر است تا انرژی های کارکنانش، اعضای تیم پروژه و ... را آزاد کند.
۱۹/۸	۲۹/۲	۳۱/۲	۴/۲	۳/۴۷	درصد	مدیر پروژه اختیار را تفویض می‌کند و به افراد فرصت می‌دهد تا به عنوان اعضای گروه، در تصمیم گیری ها مشارکت کنند.
۲۰/۸	۲۸/۱	۱۸/۸	۱۱/۵	۱۲/۳	درصد	مدیریت ارشد، اشتیاق، نگرش مثبت و تفکر خلاق دارد.
۲۱/۹	۲۸	۲۵	۲۰/۸	۴/۲	درصد	سازمان، در مدیریت عالی پروژه درگیر است که شامل تعریف حیطه پروژه، برنامه ریزی منابع، سیستم پیگیری پیشرفت پروژه و مدیریت تغییر فرآیندهای کسب و کار است.
۱۳/۵	۲۵	۲۵	۶/۲	۳۰/۲	درصد	مدیر پروژه از توانایی مدیریت هزینه پروژه برخوردار است.

بررسی نرمال بودن متغیرها

برای تشخیص نرمال بودن داده ها آزمون کلموگراف اسمیرنوف را بر روی داده ها با نرم افزار SPSS انجام گرفت که نتیجه بدست آمده در جدول زیر ارائه شده است. نتایج نشان می دهند که تمام داده ها از توزیع نرمال برخوردار هستند؛ به عبارتی دیگر توزیع نمونه مورد نظر نرمال می باشد، و برای آزمون فرضیه ها از آزمون های پارامتری استفاده می گردد. نرمال بودن داده ها را بوسیله آزمون کلموگراف اسمیرنوف مورد آزمون قرار می دهیم.

جدول (۳): آزمون نرمال بودن داده ها

نتیجه	سطح معناداری کلموگراف اسمیرنوف	متغیر
توزیع نرمال است.	۱۵۷/۰	فناوری دانش
توزیع نرمال است.	۸۹۰/۰	ساختار دانش
توزیع نرمال است.	۶۰۴/۰	فرهنگ دانش
توزیع نرمال است.	۱۹۷/۰	موفقیت پروژه

توزیع نرمال است.	۴۳۴/۰	سودآوری استراتژی کسب و کار
------------------	-------	----------------------------

از آنجا که سطح معناداری برای تمام متغیرهای آزمون از ۰,۰۵ بیشتر است لذا می توان گفت که داده ها از توزیع نرمال تبعیت می کنند.

فرضیه های پژوهش

فرضیه اصلی

ابعاد مدیریت دانش بر موفقیت پروژه و استراتژی های کسب و کار اثر گذار است.

فرضیه های فرعی

۱. بعد فناوری دانش بر موفقیت پروژه اثر گذار است.
۲. بعد ساختار دانش بر موفقیت پروژه اثر گذار است.
۳. بعد فرهنگ دانش بر موفقیت پروژه اثر گذار است.
۴. بعد فناوری دانش بر سود آوری استراتژی کسب و کار اثر گذار است.
۵. بعد ساختار دانش بر سود آوری استراتژی کسب و کار اثر گذار است.
۶. بعد فرهنگ دانش بر سود آوری استراتژی کسب و کار اثر گذار است.

مدل سازی معادلات ساختاری

جدول (۴): میزان شاخص های برازش مدل اندازه گیری مطالعه

شاخص برازش	Chi square	Chi square/DF	IFI	TLI	CFI	RMSEA
مقدار	۳۹۲۸/۹۱	۱/۴۴۳	۰/۸۲	۰/۸۰	۰/۸۲	۰/۰۳

CFI: Comparative Fit Index

IFI: Incremental Fit Index

TLI: Tucker-Lewis Index

CFI: Comparative Fit Index

RMSEA: Root Mean Square Error of Approximation

همچنین ضریب چولگی و کشیدگی تمامی شاخص های مورد استفاده در مدل اندازه گیری مورد بررسی قرار گرفت و هیچ یک از شاخص ها از میزان $2 \pm$ تجاوز نکرد.

به منظور آزمون مدل ساختاری ارائه شده در شکل شماره ۱ از آزمون تحلیل مسیر استفاده گردید. به منظور تعیین صحت مدل ساختاری مذکور، شاخص های برازش متعددی مورد استفاده قرار گرفت. همان گونه که در جدول شماره ۵ قابل مشاهده است، مقدار آماره های کای اسکور ۲/۹۰ و کای اسکور اصلاح شده ۱/۲۳ می باشد. که بنا بر میزان قابل قبول شاخص کای اسکور اصلاح شده که بایستی کوچکتر از ۳ باشد (Schreiber et al, 2006)، این شاخص در وضعیت مطلوبی قرار دارد. شاخص های دیگر مورد استفاده در این مطالعه شاخص برازش تطبیقی (CFI)، شاخص توکر لویس (TLI) و شاخص برازش افزایشی (IFI) می باشد که به ترتیب مقادیر ۰/۹۹، ۰/۹۸ و ۰/۹۹ را کسب کرده است. که همگی نشان از برازش بسیار خوب مدل با داده ها دارد. شاخص نهایی بررسی شده ریشه دوم میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA) است که در مطالعه حاضر مقدار این شاخص برابر ۰/۰۲ است که نشان از برازش خوب مدل با

داده‌ها دارد. در کل می‌توان این‌گونه برداشت نمود که داده‌ها با مدل برازش قابل قبولی داشته‌اند و می‌توان از صحت مدل ساختاری مطالعه اطمینان حاصل نمود.

جدول (۵): میزان شاخص‌های برازش مدل ساختاری مطالعه

شاخص برازش	Chi square	Chi square/DF	IFI	TLI	CFI	RMSEA
مقدار	۲/۹۰	۱/۲۳	۰/۹۹	۰/۹۸	۰/۹۹	۰/۰۲

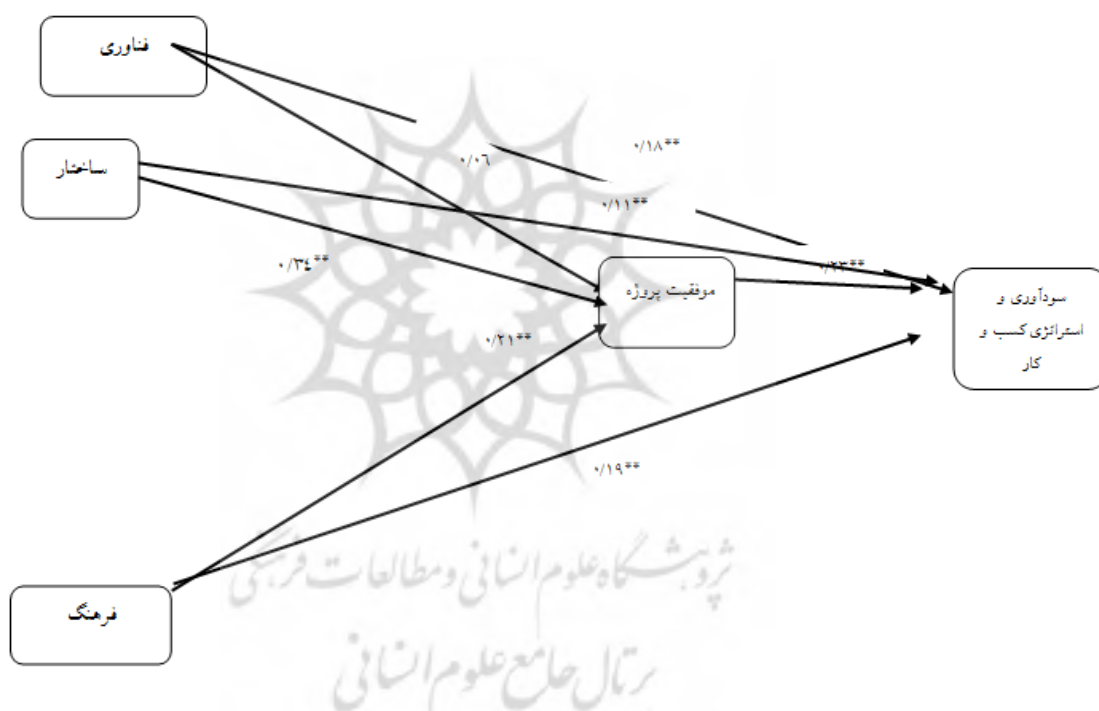
CFI: Comparative Fit Index

IFI: Incremental Fit Index

TLI: Tucker-Lewis Index

CFI: Comparative Fit Index

RMSEA: Root Mean Square Error of Approximation



شکل (۱): مدل مسیر چهارچوب نظری مطالعه: عوامل تاثیرگذار سودآوری کسب و کار محاسبه شده به وسیله نرم‌افزار AMOS (** معنی‌داری با اطمینان ۰/۹۹)

همان‌گونه که در تصویر شماره ۱ قابل مشاهده می‌باشد، بعد فناوری تاثیر مثبت و معنی‌داری بر سودآوری استراتژی کسب و کار ($\beta=0/18$) داشته است. لذا با افزایش این بعد، سودآوری سازمان افزایش خواهد یافت. فرضیه دیگر مطالعه نشان از تاثیر فناوری بر موفقیت پروژه که با توجه به نتیجه آزمون تحلیل مسیر، می‌توان دریافت که این فرضیه مورد تایید قرار نگرفته است و فناوری بر موفقیت موثر نبوده است. فرضیه سوم مطالعه، بیان داشت که بعد ساختار بر موفقیت تاثیرگذار خواهد بود. با توجه به آزمون تحلیل مسیر انجام گرفته می‌توان دریافت که این فرضیه مورد تایید قرار گرفته است و بعد ساختار تاثیر مثبت و معنی‌داری بر موفقیت پروژه دارد. ($\beta=0/34$)

فرضیه چهارم مطالعه، بیان داشت که بعد ساختار می‌تواند بر سودآوری استراتژی کسب و کار تاثیرگذار باشد. این فرضیه نیز مورد تایید قرار گرفت و بنابراین بعد ساختار تاثیر مثبت و معنی‌داری بر سودآوری کسب و کار ($\beta=0/11$) داشته است. همچنین فرضیه شماره پنج مطالعه، که در برگزیده‌ی تاثیر بعد فرهنگ بر سودآوری استراتژی کسب و کار بود نیز مورد تایید قرار گرفت ($\beta=0/21$). این موضوع نشان از آن دارد که با افزایش بعد فرهنگ در سازمان احتمال موفقیت استراتژی کسب و کار افزایش خواهد یافت.

در این راستا، فرضیه بعدی مطالعه که گویای ارتباط میان بعد فرهنگ بر سودآوری سازمان می‌باشد نیز به طور مثبت و معنی‌داری مورد تایید قرار گرفته است. لذا می‌توان این‌گونه استنباط نمود که با افزایش بعد فرهنگ در سازمان احتمال افزایش سودآوری بیشتر می‌شود.

جدول (۶): خلاصه نتایج آزمون فرضیات ارائه شده در مطالعه

فرضیه	نتیجه
H1	بعد فناوری دانش بر موفقیت پروژه و استراتژی کسب و کار اثر گذار است.
H2	بعد ساختار دانش بر موفقیت پروژه و استراتژی کسب و کار اثر گذار است.
H3	بعد فرهنگ دانش بر موفقیت پروژه و استراتژی کسب و کار اثر گذار است.
H4	بعد فناوری دانش بر سود آوری اثر گذار است.
H5	بعد ساختار دانش بر سود آوری اثر گذار است.
H6	بعد فرهنگ دانش بر سود آوری اثر گذار است.

بحث و نتیجه گیری

فرضیه اول:

بعد فناوری تاثیر مثبت و معنی‌داری بر سودآوری استراتژی کسب و کار ($\beta=0/18$) داشته است. لذا با افزایش این بعد، سودآوری سازمان افزایش خواهد یافت. از این رو نتایج پژوهش با یافته‌های (آلبرخت، ۲۰۰۳)، (ماتورانا، ۲۰۰۴)، (عزیزی، ۱۳۸۶)، (یوسفی و همکاران، ۱۳۹۱) همخوانی دارد.

فرضیه دوم:

تاثیر فناوری بر موفقیت پروژه که با توجه به نتیجه آزمون تحلیل مسیر، می‌توان دریافت که این فرضیه مورد تایید قرار نگرفته است و فناوری بر موفقیت موثر نبوده است. از این رو نتایج پژوهش با یافته‌های (عزیزی، ۱۳۸۶)، (یوسفی و همکاران، ۱۳۹۱)، همخوانی دارد.

فرضیه سوم:

فرضیه سوم مطالعه، بیان داشت که بعد ساختار بر موفقیت تاثیرگذار خواهد بود. با توجه به آزمون تحلیل مسیر انجام گرفته می‌توان دریافت که این فرضیه مورد تایید قرار گرفته است و بعد ساختار تاثیر مثبت و معنی‌دار بر موفقیت پروژه ($\beta=0/34$) دارد. از این رو نتایج پژوهش با یافته‌های (یوسفی و همکاران، ۱۳۹۱)، (صفر زاه و محمدی، ۱۳۹۱) همخوانی دارد.

فرضیه چهارم:

فرضیه چهارم مطالعه، بیان داشت که بعد ساختار می‌تواند بر سودآوری استراتژی کسب و کار تاثیرگذار باشد. این فرضیه نیز مورد تایید قرار گرفت و بنابراین بعد ساختار تاثیر مثبت و معنی‌داری بر سودآوری کسب و کار داشته است از این رو نتایج پژوهش با یافته‌های (آلبرخت، ۲۰۰۳)، (مانورا، ۲۰۰۴) همخوانی دارد.

فرضیه پنجم:

همچنین فرضیه شماره پنج مطالعه، که در برگزیده‌ی تاثیر بعد فرهنگ بر سودآوری استراتژی کسب و کار بود نیز مورد تأیید قرار گرفت ($\beta=0/21$). این موضوع نشان از آن دارد که با افزایش بعد فرهنگ در سازمان احتمال موفقیت استراتژی کسب و کار افزایش خواهد یافت. از این رو نتایج پژوهش با یافته‌های (مانورا، ۲۰۰۴)، (عزیزی، ۱۳۸۶) همخوانی دارد.

فرضیه ششم:

در این راستا، فرضیه بعدی مطالعه که گویای ارتباط میان بعد فرهنگ بر سودآوری سازمان می‌باشد نیز به طور مثبت و معنی‌داری مورد تایید قرار گرفته است. لذا می‌توان این گونه استنباط نمود که با افزایش بعد فرهنگ در سازمان احتمال افزایش سودآوری بیشتر می‌شود. از این رو نتایج پژوهش با یافته‌های (عزیزی، ۱۳۸۶)، (یوسفی و همکاران، ۱۳۹۱) همخوانی دارد.

پیشنهاداتی برای پژوهش‌های آتی

- ✓ پیشنهاد میشود در تحقیقات آینده با روش‌هایی همچون تحلیل سلسله مراتبی، عوامل موثر بر پیاده سازی اثر بخش مدیریت دانش بررسی شده و اهمیت اثر هر کدام از عوامل رتبه بندی گردد و به این صورت یک برنامه جامع برای بهبود سود آوری و افزایش بهره‌وری سازمانی در اختیار مسئولان قرار می‌گیرد.
- ✓ پیشنهاد می‌شود در تحقیقات آینده به بررسی اثرات سبک‌های مدیریت بر مدیریت دانش در سازمان پرداخته شود.
- ✓ پیشنهاد می‌شود در تحقیقات آینده به بررسی اثرات استراتژی‌ها در افزایش بهره‌وری و کارایی فعالیت سازمان‌ها پرداخته شود.
- ✓ پیشنهاد می‌شود مشابه همین تحقیق را در سایر سازمان‌ها اجرا نمایند.

منابع

- ✓ عزیزی، علیرضا، (۱۳۸۶)، هوش سازمانی و رابطه آن با توسعه مدیریت دانش سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی استان فارس، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور.
- ✓ گنجی، علیرضا، (۱۳۹۳)، نقش منابع هوشمند در مدیریت دانش، فصلنامه اطلاع‌رسانی، دوره ۱۹، شماره ۳ و ۴، صص ۳۵-۴۶.
- ✓ Chalmeta, R, (2006), Methodology for customer relationship management. The Journal of Systems and Software, Vol. 3.
- ✓ Lin, Y., Su, H.Y and Chien, S .A (2006), Knowledge enabled procedure for customer relationship management .Industrial Marketing Management, Vol. 35, pp. 446-456.
- ✓ Plessis, .M.du. and Boon, (2004). J.A, Knowledge management in business and customer relationship management :South African case study findings. International Journal of information Management, vol.24, pp:74-79.
- ✓ Spak,B, (2010). The effect of market orientation on product innovation. Journal of the Academy of Marketing, Science, 28 (2), pp. 239-47.