

بررسی رابطه بین مدیریت دانش و مدیریت خلاقیت و نوآوری سازمانی (مورد مطالعه یک سازمان تحقیقاتی نظامی)

■ حجت‌اله مومیوند⁺*

دانشجوی دکتری مدیریت راهبردی دانش، دانشگاه عالی
دفاع ملی

■ جلال نوری^۱

عضو هیات علمی جهاددانشگاهی صنعتی شریف و
دانشجوی دکتری مدیریت راهبردی دانش، دانشگاه عالی
دفاع ملی

■ احمد رضا اسکندری^۲

دانشجوی دکتری مدیریت راهبردی دانش، دانشگاه عالی
دفاع ملی

■ پیمان اخوان^۳

استاد و عضو هیات علمی دانشگاه صنعتی قم

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۵/۱۰، تاریخ بازنگری: ۱۴۰۰/۶/۲۸ و تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۷/۲۵

صفحات: ۶۰-۴۹

10.22034/JTD.2021.247994

چکیده

محیط پیچیده، متغیر و غیرقابل پیش‌بینی سازمان‌های نظامی نیازمند به نوآوری و خلاقیت، کشف راه‌ها و محصولات جدید، توانایی پایش، شناسایی و تسلط بر فناوری‌های نوین و شناسایی فرصت‌های جدید است. این مقاله به بررسی رابطه بین مدیریت دانش و خلاقیت و نوآوری در یک سازمان تحقیقاتی نظامی پرداخته است. جامعه آماری تحقیق ۶۰ نفر پژوهشگران بخش تحقیقات این سازمان است و پرسشنامه‌های تکمیل شده مبنای تحلیل قرار گرفتند. تحقیق از نوع کمی و همبستگی-توصیفی است. ابزار جمع‌آوری داده تحقیق پرسشنامه استاندارد است. روایی پرسشنامه توسط افراد خبره و تحقیقات قبلی و پایایی پرسشنامه تحقیق به وسیله آلفای کرونباخ برای پرسشنامه مدیریت دانش ۰/۹۰۸ و برای پرسشنامه خلاقیت و نوآوری ۰/۸۸۰ تایید شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق از نرم‌افزار SPSS استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد بین ابعاد مدیریت دانش شامل کسب دانش، خلق دانش، کاربرد دانش، انتقال دانش، حفظ دانش، نوآوری در مدیریت دانش و مستندسازی نتایج مدیریت دانش با مدیریت خلاقیت و نوآوری سازمانی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین ضریب پیرسون برای فرضیه‌های تحقیق نشان از شدت این رابطه و همسویی دارد. این نتایج توجه مدیران را برای بهبود نوآوری در سازمان به ابعاد مدیریت دانش ضروری می‌نماید.

واژگان کلیدی: خلاقیت سازمانی، نوآوری سازمانی، مدیریت دانش، اکتساب دانش، خلق دانش و کاربرد دانش.

* عهده‌دار مکاتبات

+ آدرس پست الکترونیکی: H.moomivand99@sndu.ac.ir

۱ شماره نمابر: ۰۲۱-۶۶۰۷۵۱۷۹ و آدرس پست الکترونیکی: Nouri@jdsharif.ac.ir & J.nouri99@sndu.ac.ir

۲ آدرس پست الکترونیکی: A.eskandari99@sndu.ac.ir

۳ آدرس پست الکترونیکی: Akhavan.peyman@gmail.com

۱- مقدمه

رشد سریع سیستم‌های فناوری، اقتصادی، جامعه‌شناسی و سیاسی در سراسر جهان، چالش‌ها و مشکلاتی را برای سازمان‌های بخش دولتی ایجاد می‌کند و آنها را ملزم می‌کند که به شیوه‌ای بسیار پیچیده پاسخ‌گو باشند. بدون پاسخ موثر و کارآمد، پیشرفت و توسعه آنها در تهدید مداوم از محیط جهانی مدرن باقی خواهد ماند [۲۷]. بسیاری از سازمان‌ها در محیط خود با مشکلات زیادی از نظر رقابتی مواجه هستند و این مشکلات به علت سرعت بالای تغییرات در محیط، بخصوص تغییرات فناورانه است [۳، ۳۰، ۳۲، ۴۸ و ۵۷]. این مشکلات سوالات زیر را در مورد سازمان‌های عمومی مطرح می‌کند:

- ۱- نحوه پاسخگویی در سازمان عمومی با توجه به نیاز مردم و کشور چگونه خواهد بود؟
- ۲- چگونه می‌توان سازمان عمومی را قادر به یافتن راه‌حل برای مشکلات ملی نمود؟
- ۳- چگونه سازمان عمومی را توانمند به تبدیل چالش به فرصت کنیم؟
- ۴- چگونه می‌توان به توسعه مالی، سیاسی، جامعه‌شناسی و فناوری سازمان افزود؟

تمام سوالات بالا را می‌توان با یک کلمه پاسخ داد و آن عبارتست از "نوآوری". این ضرورت در هر سازمان عمومی وجود دارد که با توجه به نیاز سناریوی جهانی، از وجود حکمرانی کارآمد و موثر اطمینان حاصل کند. از طرفی، بررسی تعامل بین بخش نظامی و تجاری آمریکا از سال‌های پس از جنگ جهانی دوم نشان می‌دهد که این تعامل و نوآوری در بخش نظامی منجر به تحولات و پیدایش فناوری‌های کلیدی از جمله انرژی هسته‌ای، محاسبات عمومی و فناوری ماهواره‌ای شده است [۵۴]. تغییر و چالش‌های فوری است، نوآوری پیش‌بینی و ساخت آینده از درون است. نوآوری باید نه تنها در امنیت ملی و بین‌المللی، بلکه در همه شرایط پیچیده و غیرقابل پیش‌بینی در راس امور دفاعی قرار گیرد. در واقع، نوآوری، عامل مهم و حیاتی برای سازمان‌ها به‌منظور ایجاد ارزش و مزیت رقابتی پایدار است [۳، ۳۴، ۴۳، ۴۴، ۴۷، ۵۶]. من به همه جوانان و همه کسانی که در راه علم حرکت می‌کنند، موکداً توصیه می‌کنم که رشته علم و تحقیق و نوآوری در دانش و زنده کردن روح ابتکار و خلاقیت و آفرینش درونی و حقیقی خود را رها نکنند. فعالیت، ابتکار، نوآوری و خلاقیت،

اساس پیشرفت انسان و زندگی انسانی است. دست‌نشانده‌های دستگاه‌های قدرت در گذشته در کشور ما و امروز در بسیاری از کشورهای وابسته این منطقه سعی می‌کنند تقلید را جایگزین فعالیت و ابتکار کنند، آینده ملت ایران در پرتو اتکاء به هویت حقیقی حرکت امام راحل عظیم‌الشأن یعنی اسلامی بودن، مردمی بودن و نوآوری‌های متکی بر اسلام بسیار درخشان‌تر از گذشته است [۲۳]. چالش اصلی در حوزه نوآوری این است که چگونه آن را بوجود آورید و بهبود بخشید. با بررسی ادبیات موجود در زمینه نوآوری مشخص می‌شود که شاخه‌های مختلفی از علوم برای پاسخ به سوال بالا بوجود آمده‌اند. با ظهور مدیریت دانش و سرمایه معنوی به‌عنوان یک رشته، سازه جدیدی برای خلق و بهبود نوآوری (تولید، محصول، رویه‌ها، فرایندها و ...) حاصل شده است [۱۵]. این تحقیق به بررسی رابطه ابعاد مدیریت دانش با مدیریت خلاقیت و نوآوری پرداخته است. اگر چه رابطه موضوع مدیریت دانش و مدیریت خلاقیت و نوآوری بدیهی می‌نماید، اما در مقام عمل، ایجاد، حفظ، به‌کارگیری، گسترش و روزآمد ساختن پایگاه دانش سازمانی به گونه‌ای که نقش حمایتی و پشتیبانی برای نوآوری سازمانی را به بهترین شکل ایفا کند برای بسیاری از سازمان‌ها دشوار است. هنگامی که سازمان‌ها اقدام به تدوین و اجرای یک طرح نوآوری می‌کنند، اولین مسئله‌ای که معمولاً با آن روبه‌رو می‌شوند، فاصله زیاد بین دانش موجود و دانش موردنیاز است که آن را شکاف نام نهاده‌اند. انتخاب شیوه حذف شکاف دانش نه تنها بر نوآوری تاثیر مستقیم دارد بلکه ریسک و آسیب‌پذیری راهبردی را برای سازمان به دنبال دارد [۴۹].

۲- مبانی نظری و پیشینه تحقیق

نوآوری استفاده از دانش و تکنولوژیو اطلاعات بازار برای ارائه محصول یا خدمت جدید و یا تبدیل فکر و خلاقیت به محصول یا خدمت است [۳۶]. نوآوری اولین بار توسط شومپتر^۴ (۱۳۹۴) به‌عنوان تولید محصولات تازه تعریف شد که دربرگیرنده نوآوری فرایند و نوآوری محصول برای دستیابی به بازارهای جدید است. محصولات تازه توسط نوآوری فناوری و نوآوری اداری ایجاد و در نهایت این نوآوری به تغییر سازمانی منتهی می‌شود [۲۰]. دراکر^۵ (۱۹۸۵) نوآوری را جستجوی هدفمند و سازمان یافته برای تغییر معرفی کرده است [۲۰]. دمنپور (۱۹۹۱) معتقد است، نوآوری دارای دو مرحله ابتکار عمل و اجرا است. نوآوری زمانی

۴ Schumpeter

۵ Drucker

ناپایدار قرار دارند، ایجاد محیطی برای پروراندن خلاقیت و نوآوری به منزله اقدامی مهم در تضمین حیات بلندمدت موسسه تلقی می‌شود. تجربه، مهارت و آینده‌نگری از الزامات پاسخ موفقیت‌آمیز به دنیای کسب‌وکار مدام در حال تغییر امروز محسوب می‌شود. از سوی دیگر، این توانمندی‌ها در "سرمایه فکری و معنوی" یک موسسه نهفته است [۵۳].

سرمایه فکری، خود شامل عنصر منابع انسانی و دارایی‌های فکری سازمان است. منابع انسانی، افراد شاغل در سازمان هستند. دارایی‌های فکری سازمانی به صورت مجموع ایده‌ها، اختراعات، فناوری‌ها، دانش عمومی، نرم‌افزارها، طرح‌ها، اطلاعات، مهارت‌ها، فرایندها، خلاقیت‌ها و انتشارات آن سازمان تعریف می‌شود. سرمایه فکری را می‌توان به سادگی به دانشی تعبیر کرد که قابل تبدیل به سود و ثروت باشد [۱۴].

اولین بار پیتر دراکر^۷ (۱۹۶۴) اصطلاح کارکنان دانشی را ابداع کرد. پیتر سنگه در سال ۱۹۹۰ اصطلاح سازمان یادگیرنده را مطرح نمود. مدیریت دانش با گزارش سالانه ۱۹۹۴ شرکت سوئدی اسکاندیا که در کنار سرمایه ملی به سرمایه فکری هم توجه کرد، وارد عرصه مدیریت شد [۲۰].

دالکر^۸ (۲۰۰۵) تاریخچه مدیریت دانش را این‌گونه بیان می‌کند؛ آغاز صنعتی شدن در ۱۸۰۰، فناوری‌های حمل و نقل در ۱۸۵۰، ارتباطات ۱۹۰۰، رایانه‌ای شدن ۱۹۵۰، دنیای مجازی شدن در اوایل دهه ۱۹۸۰ و تلاش‌های اخیر در فناوری‌های شخصی‌سازی در سال ۲۰۰۰ [۲۰].

مطالعه نوناکا و تاکاچی^۹ (۱۹۹۵) نشان داد که چگونه دانش در سازمان، خلق، استفاده و تسهیم می‌شود و چگونه چنین دانشی به توزیع نوآوری کمک می‌کند [۲۰].

اسویبای^{۱۰} (۱۹۹۶) و کاپلان و نورتن^{۱۱} (۱۹۹۶) هم دانش سازمانی را به عنوان سرمایه مطرح کردند [۲۰].

در سال‌های اخیر توجه به مدیریت دانش بیشتر شده است. شرکت‌هایی مثل بوئینگ بریتیش پترولیوم، فورد، هوندا، آی بی ام، زیراکس و مشابه آنها از منافع سرشار مدیریت دانش بهره‌مند می‌شوند. در جمهوری اسلامی هم این موضوع در سند چشم‌انداز، سیاست‌های کلی نظام و برنامه پنج‌ساله توسعه مورد توجه قرار گرفته است.

صاحب‌نظرانی مثل ویگ^{۱۲} (۱۹۹۳)، مه‌یر وزاک^{۱۳} (۱۹۹۶)،

اتفاق می‌افتد که فکری جدید و یا تصمیمی برای سازگاری با محیط ارائه شود [۳۰]. دمنپور^۶ (۲۰۱۰) معتقد است که هر فکر، تنها پس از اینکه به وسیله گروه بزرگی با موفقیت اجرا شود، نوآور خواهد بود. نوآوری یا ابداع، کاربردی و عملی کردن افکار و اندیشه‌های نو و بدیع ناشی از خلاقیت است. نوآوری، تبدیل خلاقیت (ایده نو) به عمل و یا نتیجه سود است. نوآوری فرایند اجرای خلاقیت یا به عبارتی تحقق بخشیدن و عملیاتی کردن ایده‌های نو و به‌طور کلی تبدیل خلاقیت به نتیجه عینی است [۱۸].

اغلب اوقات تمرکز دغدغه‌های سازمان بر روی نوآوری‌های به اصطلاح ویران‌گر است که می‌تواند یک موسسه با سابقه را از میان بردارد. به عنوان مثال، شرکت نوکوراستیل با معرفی اولین نمونه موفق آسیاب توانست مسیر کسب‌وکار در صنعت فولاد را عوض کند [۴۹] و یا امریکن ایرلاینز با کمک سیستم sabre در واقع استاندارد را برای سیستم‌های رزرو بلیت بنانهاد و معرفی خودروی مینی‌ون توسط کراپسلر رقابیش را در این عرصه حذف کرد [۵۳]. در بسیاری از سازمان‌های با سابقه و تثبیت شده، معمولاً سلسله مراتبی وجود دارد که در برابر تغییرات عمده مقاومت می‌کند. در نتیجه با شروع جایگزینی فناوری‌های نو و در پاره‌ای موارد دگرگون‌ساز، موسسات پایبند به فناوری‌های قدیمی‌تر به تدریج دچار ضعف و مشکلات اقتصادی می‌شوند که این موضوع حتی ممکن است در نهایت به فروپاشی و مرگ موسسه بیانجامد [۴۹].

محققان و صاحب‌نظران، مطالعه و تحقیقات زیادی در زمینه نوآوری داشته‌اند و تا کنون به سه رویکرد اشاره کرده‌اند:

- رویکردی که نوآوری را بیشتر امری روانشناختی و مربوط به استعداد‌های فردی تلقی نموده است؛
- رویکردی که نوآوری را امری اجتماعی و مربوط به فراهم آمدن محیط زمینه مناسب در نظر گرفته است؛
- رویکردی که نوآوری را یک امر سازمانی دانسته و معتقد است که نوآوری مستلزم مهیا شدن عوامل متعددی است [۱۲].

مطابق با رویکرد سوم نوآوری، به الگویی نیاز داریم که بتواند تاثیر عوامل مختلف را بر نوآوری نشان دهد [۴۵].

برای سازمان‌هایی که به لحاظ کسب‌وکار در شرایطی

۱۱ Kaplan and Norton

۱۲ Whig

۱۳ Meyer and Zack

۶ Damanpour

۷ Peter. Drucker

۸ Dalkr

۹ Nonaka and Takchy

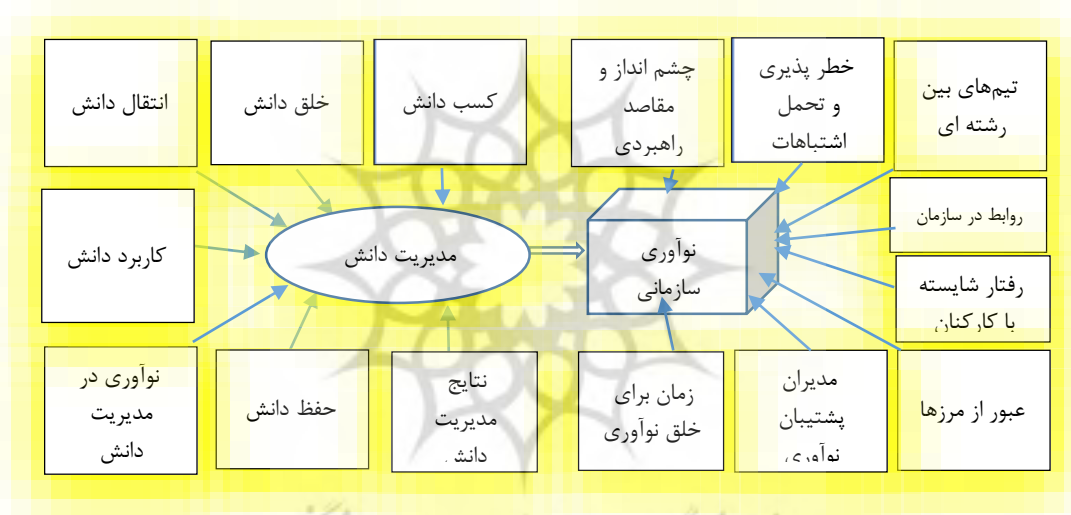
۱۰ Asvybay

مدل توسعه آسیا APO (۲۰۱۵) انجام شده است و برای سنجش مدیریت خلاقیت و نوآوری از پرسشنامه ترجمه و استاندارد شده توسط خسروی و همکاران استفاده شده است [۶]. این پرسشنامه در سالهای ۱۹۸۰ در سوئد برای نخستین بار توسط اکوال طراحی گردید و با عنوان پرسشنامه وضعیت خلاقیت شناخته می‌شد که در ویرایش‌های بعدی که توسط اساکسن و همکارانشان صورت گرفت، به نام پرسشنامه وضعیت نوآوری تغییر نام یافت [۴۶]. در این پرسشنامه هشت عامل تشخیص وضعیت نوآوری سازمان از نظر اکوال در نظر گرفته شده است که عبارتند از چشم‌انداز و مقاصد راهبردی، خطرپذیری و تحمل اشتباهات، تیم‌های بین رشته‌ای، روابط در سازمان، رفتار شایسته با کارکنان، عبور از مرزها، مدیران پشتیبان نوآوری و زمان برای خلق نوآوری مورد بررسی قرار می‌گیرد. بنابراین مدل مفهومی تحقیق شکل شماره ۱ است.

مک‌لوری^{۱۴} (۱۹۹۹)، بیوکویتز و ویلیامز^{۱۵} (۲۰۰۰)، بیرکین و شاو و شیپهان^{۱۶} (۲۰۰۲) و دالکر (۲۰۰۵) چرخه‌های مدیریت دانش را بیان کرده‌اند [۲۰]. سازمان توسعه آسیا APO (۲۰۱۵) مدلی هم برای مدیریت دانش مطرح کرده است؛ این مدل شرح مختصری از عناصر اصلی، مفاهیم و اصولی است که باید در هنگام اجرای مدیریت دانش در نظر گرفته شود. شکل و طراحی آن به گونه‌ای است که تمامی جنبه‌های مدیریت دانش را در نظر گرفته است. جامع و کاربردی بودن، سادگی و تمرکز بر بهره‌وری از ویژگی‌های اصلی این مدل است [۱۳]. در این مدل ابعاد مدیریت دانش، کسب دانش، حفظ دانش، انتقال دانش، خلق دانش، نتایج مدیریت دانش، نوآوری در مدیریت دانش و کاربرد دانش است.

۳- مدل مفهومی تحقیق

در این تحقیق بررسی سطح مدیریت دانش سازمان براساس



شکل ۱: مدل مفهومی تحقیق

دروگ و همکاران (۲۰۰۳) خلق دانش را اینگونه تعریف کرده‌اند: تولید ایده‌های جدید، اعتماد به توانایی کارکنان برای ایجاد تولیدات، فرایندها و خدمات جدید [۳۳]. همچنین کوهن و هلوینتال (۱۹۹۰) نیز تعریف خلق دانش را اینگونه عنوان کرده‌اند: نوآوری از طریق پژوهش و توسعه فرآیندهای جدید که دانش خلق شده و به کار گرفته شده جدید را نشان می‌دهد. پژوهش و توسعه نوآوری، معرفی محصولات جدید به بازار [۲۷]. بنابراین فرضیه شماره دو این تحقیق به شکل زیر تعریف می‌شود:

H₂: بین خلق دانش و مدیریت خلاقیت و نوآوری سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

منهارت (۲۰۱۵) حفظ دانش را اینگونه تعریف می‌کند:

۱۶ Birkin Shaw and Sheehan

۴- فرضیه‌های تحقیق

کسب دانش از تجارب مدیریتی، ابزاری برای شکل‌گیری کارآفرینی و نوآوری است و در سراسر فرآیند کارآفرینی، باعث ایجاد نوآوری می‌شود [۳۸]. دریافت تجربه منبع اصلی دانش است و تجربه مدیر کارآفرین فرآیندی برای ایجاد نوآوری است [۲۶]. دوسی عنوان می‌کند که کسب دانش از طریق قابلیت‌های یادگیری با بهبود نوآوری در ارتباط است [۱۶]. بنابراین فرضیه یک این تحقیق اینچنین تعریف می‌شود:

H₁: بین کسب دانش و مدیریت خلاقیت و نوآوری سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

۱۴ McElroy

۱۵ Williams

آمیدون نوآوری دانش را این‌گونه تعریف می‌کند: ایجاد، توسعه، تبدیل و کاربرد افکار جدید در قالب کالاها و خدمات قابل فروش که موجب موفقیت سازمان‌ها، اعتبار اقتصاد یک ملت و پیشرفت و ترقی یک جامعه می‌شود. هر سازمانی تلاش می‌کند از فرصت‌های ارائه شده توسط مدیریت دانش نظیر روش‌های کسب، همانندسازی و تسهیم اطلاعات در نوآوری استفاده کند. بنابراین در قلب مدیریت دانش باید نوآوری را جستجو کرد؛ زیرا مزیت رقابتی پایدار در نوآوری پنهان است. لذا سازمان باید جوی را بوجود آورد که تبادل دانش و نوآوری در آن مورد تأکید قرار گیرد [۱۰]. پس فرضیه ششم اینگونه تعریف می‌شود:

H۶: بین نوآوری در مدیریت دانش و مدیریت خلاقیت و نوآوری سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

این دسته، توانایی سازمان را برای بهبود ارزش تولید شده برای مشتری از طریق محصولات و خدمات جدید و بهبود یافته اندازه‌گیری می‌کند. همچنین توانایی سازمان برای افزایش بهره‌وری، کیفیت، سودآوری و حفظ روند رشد از طریق استفاده اثربخش از منابع و در نتیجه یادگیری و نوآوری را ارزیابی می‌کند [۱۶]. فرضیه هفتم تحقیق اینگونه تعریف می‌شود:

H۷: بین مستندسازی نتایج مدیریت دانش و مدیریت خلاقیت و نوآوری رابطه معناداری وجود دارد.

۵- روش تحقیق

این تحقیق از نوع کمی همبستگی-توصیفی است. جامعه آماری تحقیق ۶۰ نفر از پژوهشگران یک سازمان تحقیقاتی نظامی است. تعداد ۶۰ پرسشنامه توزیع شد و در مدت زمان یک ماه و نیم تعداد ۴۹ پرسشنامه تکمیل شده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در این پژوهش برای گردآوری اطلاعات از روش میدانی و کتابخانه‌ای استفاده شده است. ابزار جمع‌آوری داده‌های این تحقیق برای ارزیابی نوآوری، پرسشنامه استاندارد خسروی و همکاران (۱۳۹۲) است [۶]. این پرسشنامه دارای ۸ بعد و ۴۰ گویه با استفاده از طیف لیکرت است. همچنین در پرسشنامه از طیف لیکرت مقیاس پنج گزینه‌ای (کاملاً مخالفم، مخالفم، نظری ندارم، موافقم، کاملاً موافقم) استفاده شده است. روایی محتوایی پرسشنامه توسط ۱۱ نفر خبره مورد ارزیابی قرار گرفت. همچنین با استفاده از نظر خبرگان و استاد راهنما و مطالعه پرسشنامه‌های دیگر در زمینه نوآوری روایی محتوایی آن مجدد تایید شد. برای ارزیابی سطح مدیریت دانش از پرسشنامه مدل سازمان توسعه آسیا (۲۰۱۵) استفاده شد. این مدل ۷ بعد و ۵۷ گویه با استفاده از طیف لیکرت دارد. روایی محتوایی این پرسشنامه با مطالعه پرسشنامه‌های مدیریت دانش و مراجعه به ۸ خبره مدیریت دانش مورد تایید قرار گرفت.

جلوگیری از سرریز و رسوخ دانش در روابط بین سازمانی و پیشگیری از دست دادن دانش (در هنگام ترک خدمت و بازنشستگی کارکنان) و کاهش قابلیت مشاهده دانش توسط افراد برون سازمانی است [۴۲]. از آنجایی که حفاظت از دانش برای حفظ مزیت رقابتی بنگاه‌ها ضروری است [۴۱]. با توجه به این موضوعات می‌توان نتیجه‌گیری کرد که حفظ دانش می‌تواند باعث افزایش عملکرد نوآورانه سازمان شود بنابراین فرضیه سوم تحقیق به شکل زیر تعریف می‌شود:

H۳: بین حفظ دانش و مدیریت خلاقیت و نوآوری سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

دانش در طولانی مدت به‌عنوان منبع کلیدی برای سازمان‌ها در نظر گرفته شده است و مدیریت موثر آن هم برای موفقیت امری ضروری است [۸]. صاحب‌نظران در تعاریف مختلف از مدیریت دانش اهداف خاصی را برای آن بیان نموده‌اند که مهم‌ترین آن‌ها عبارتند از: کارایی، ابداع و مشارکت میان کارمندان با هدف حمایت از مزیت رقابتی [۳۷]. ابداع دانش گروهی و استفاده از آن [۲۸]. تسهیل ابداع، دسترسی و استفاده مجدد از دانش [۸]. ایجاد هم‌افزایی سازمانی [۸] و به‌کارگیری دانش در سازمان‌ها فواید مختلفی دارد؛ از جمله اینکه سبب تشخیص کمبودها و خلأها در دانش سازمانی می‌شود؛ بهره‌وری سرمایه‌های انسانی را افزایش می‌دهد و موجب یادگیری کارآمدتر و موثرتر کارکنان می‌شود و ارائه کالاها و خدمات با ارزش افزوده بیشتر را ممکن می‌سازد. همچنین به‌کارگیری مناسب مدیریت دانش به افزایش رضایتمندی مشتریان، جلوگیری از تکرار اشتباهات، کاهش دوباره‌کاری، صرفه‌جویی در زمان برای حل مسئله، برانگیختن خلاقیت و نوآوری در کارکنان و ایجاد رابطه‌ای نزدیک‌تر با مشتریان سازمان منجر می‌شود [۲۴]. پس فرضیه چهارم تحقیق را می‌توان به صورت ذیل تعریف نمود:

H۴: بین کاربرد دانش و مدیریت خلاقیت و نوآوری سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

امروزه در محیط کسب و کار رقابتی، دانش به‌عنوان یک منبع حیاتی مورد توجه است [۳۱]؛ چرا که مدیریت و به‌کارگیری موثر دانش یکی از دارایی‌های مهم و راهبردی هر سازمان است و تاثیر قابل ملاحظه‌ای بر بهره‌وری و موفقیت سازمان دارد. محققین دانش را به‌عنوان پدیده‌ای نامشهود، بدون مرز و پویا معرفی نموده‌اند که به‌طور کلی به‌عنوان یک منبع، یک شی، یک پتانسیل و ... در نظر گرفته شده، قابل تسهیم بوده و با معرفی اطلاعات جدید تغییر می‌کند. [۵۵]

H۵: بین انتقال دانش و مدیریت خلاقیت و نوآوری سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

آزمون شود. از میان روش‌های گوناگون مانند کای دو کولموگروف اسمیرنوف و غیره، روش کولموگروف اسمیرنوف برای داده‌هایی مناسب است که حجم نمونه کمتر از ۵۰ عدد باشد؛ بنابراین از این روش استفاده شده است. در این آزمون اگر مقدار p-value کمتر از ۰/۰۵ باشد، توزیع غیرنرمال و اگر بیشتر باشد توزیع نرمال است [۴]. در صورتی که توزیع داده‌ها نرمال باشد، برای آزمون فرضیه‌های تحقیق از روش‌های پارامتریک استفاده می‌شود و در صورتی که توزیع غیرنرمال باشد، از روش‌های ناپارامتریک آزمون همبستگی استفاده می‌شود.

۶- تجزیه و تحلیل داده‌ها

نتایج آزمون کولموگروف اسمیرنوف در جدول شماره ۲ آورده شده است که نشان می‌دهد مقدار p-value برای متغیرهای این تحقیق در آزمون کولموگروف اسمیرنوف بیشتر از ۰/۰۵ است. بنابراین داده‌های این تحقیق دارای توزیع نرمال بوده و برای آزمون معناداری رابطه می‌توانیم از آزمون‌های پارامتریک استفاده کنیم.

به منظور ارزیابی پایایی پرسشنامه‌ها از آلفای کرونباخ استفاده شده است. مقدار آلفای کرونباخ برای پرسشنامه مدیریت دانش ۰/۹۰۸ و مقدار آلفای کرونباخ برای پرسشنامه مدیریت نوآوری مقدار ۰/۸۸۰ بدست آمد. بنابراین پایایی تحقیق نیز مورد تایید است.

جدول ۱: بررسی پایایی پرسشنامه تحقیق

شرح	تعداد بعد	آلفای کرونباخ
پرسشنامه مدیریت دانش	۷	۰/۹۰۸
پرسشنامه مدیریت نوآوری	۸	۰/۸۸۰

این پرسشنامه‌ها پس از ادغام به صورت یک پرسشنامه بین افراد نمونه تحقیق با ارائه توضیحات کامل توزیع گردید و به مدت یک ماه و نیم پروسه جمع‌آوری پرسشنامه‌ها به طول انجامید. به منظور تحلیل داده‌ها از نرم افزار SPSS استفاده شد. تحقیق از نوع همبستگی-توصیفی است. قبل از بررسی فرضیات تحقیق ابتدا باید توزیع داده‌ها با یک روش مناسب

جدول ۲: بررسی توزیع داده‌های تحقیق

		کسب دانش	حفظ دانش	انتقال دانش	خلق دانش	کاربرد دانش	نوآوری مدیریت دانش	نتایج	نوآوری سازمانی
N		۴۹	۴۹	۴۹	۴۹	۴۹	۴۹	۴۹	۴۹
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	۳/۵۴۸	۳/۲۰۰۷	۳/۲۶۷	۳/۳۹۰	۳/۶۷۸	۳/۴۲۶	۳/۹۱۷	۳/۴۰۶
	Std. Deviation	۰/۶۳۵	۰/۹۰۷	۰/۷۵۵	۰/۶۵۴	۰/۴۱۰	۰/۷۹۱۷	۱/۳۲۶	۰/۵۹۵
Most Extreme Differences	Absolute	۰/۱۱۰	۰/۱۳۹	۰/۱۰۵	۰/۰۸۹	۰/۰۹۸	۰/۱۲۴	۱/۲۲۰	۰/۱۱۶
	Positive	۰/۰۶۲	۰/۰۱۲	۰/۰۵۹	۰/۰۵۶	۰/۰۸۴	۰/۰۸۰	۰/۱۲۲	۰/۰۹۱
	Negative	-۰/۱۱۰	-۰/۱۳۹	-۰/۱۰	-۰/۰۹۸	-۰/۰۹	-۰/۱۲۴	-۰/۰۸۴	-۰/۱۱۶
Test Statistic		۰/۱۱۰	۰/۱۳۹	۰/۱۰۵	۰/۱۴۳	۰/۰۹۸	۰/۰۹۸	۰/۱۲۴	۰/۱۲۲
Asymp. Sig. (2-tailed)		۰/۱۸۳	۰/۲۳	۰/۲۰۰	۰/۰۵۳	۰/۲۰۰	۰/۰۶۴۰	۰/۰۵۸	۰/۰۶۴

فرضیه H1: در صورتی که مقدار p-value کمتر از ۰/۰۱ باشد رابطه معناداری بین متغیرها وجود دارد.

۷- بررسی رابطه بین ابعاد مدیریت دانش با نوآوری سازمانی

با توجه به اینکه داده‌های این تحقیق دارای توزیع نرمال است، برای بررسی ارتباط بین ابعاد مدیریت دانش و نوآوری سازمانی از آزمون همبستگی و در صورت معنادار بودن برای محاسبه شدت ارتباط رابطه متغیرها از ضریب همبستگی پیرسون استفاده می‌شود. برای آزمون رابطه هر کدام از ابعاد مدیریت دانش با مدیریت خلاقیت و نوآوری سازمانی فرضیه‌های H0 و H1 به شرح زیر تعریف شده است.

فرضیه H0: در صورتی که مقدار p-value بیشتر از ۰/۰۱ باشد رابطه معناداری بین متغیرها وجود ندارد

جدول ۳: نتایج آزمون فرضیه شماره یک

شرح	مقدار خطا	سطح معناداری	ضریب همبستگی	نتیجه گیری
رابطه کسب دانش با مدیریت خلاقیت و نوآوری سازمانی	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۵۷۲	تایید رابطه

دریافت تجربه منبع اصلی دانش است و تجربه مدیر کارآفرین فرآیندی برای ایجاد نوآوری است. با توجه به جدول شماره ۳

رد می‌شود و فرضیه H1 مورد تایید قرار می‌گیرد. همچنین ضریب همبستگی پیرسون برای این رابطه ۰/۷۷۱ است که نشانگر ارتباط قوی بین این متغیرهاست.

مقدار سطح معنا (p-value) به میزان ۰/۰۰ است که از سطح خطا کمتر است. بنابراین فرضیه H0 در مورد رابطه بین کسب دانش با مدیریت خلاقیت و نوآوری رد می‌شود و فرضیه H1 مورد تایید قرار می‌گیرد. همچنین شدت این رابطه ۰/۵۷۲ است که نشانگر ارتباط نسبتاً قوی بین این متغیرهاست.

جدول ۷: نتایج آزمون فرضیه شماره پنج

شرح	مقدار خطا	سطح معناداری	ضریب همبستگی	نتیجه گیری
رابطه کاربرد دانش با مدیریت خلاقیت و نوآوری سازمانی	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۶۳۵	تایید رابطه

با توجه به جدول شماره ۷ مقدار سطح معنا (p-value) به میزان ۰/۰۰ است که از سطح خطا کمتر است. بنابراین فرضیه H0 در مورد رابطه بین کاربرد دانش با مدیریت خلاقیت و نوآوری رد می‌شود و فرضیه H1 مورد تایید قرار می‌گیرد. همچنین ضریب همبستگی پیرسون برای این رابطه ۰/۶۳۵ است که نشانگر ارتباط قوی بین این متغیرهاست.

جدول ۸: نتایج آزمون فرضیه شماره ۶

شرح	مقدار خطا	سطح معناداری	ضریب همبستگی	نتیجه گیری
رابطه نوآوری در مدیریت دانش با مدیریت خلاقیت و نوآوری سازمانی	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۶۷۹	تایید رابطه

با توجه به جدول شماره ۸ مقدار سطح معنا (p-value) به میزان ۰/۰۰ است که از سطح خطا کمتر است. بنابراین فرضیه H0 در مورد رابطه بین رابطه نوآوری در مدیریت دانش با مدیریت خلاقیت و نوآوری رد می‌شود و فرضیه H1 مورد تایید قرار می‌گیرد. همچنین ضریب همبستگی پیرسون برای این رابطه ۰/۶۷۹ است که نشانگر ارتباط نسبتاً قوی بین این متغیرهاست.

جدول ۹: نتایج آزمون فرضیه شماره ۷

شرح	مقدار خطا	سطح معناداری	ضریب همبستگی	نتیجه گیری
رابطه خلق دانش با مدیریت خلاقیت و نوآوری سازمانی	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۷۷۱	تایید رابطه

جدول ۴: نتایج آزمون فرضیه شماره دو

شرح	مقدار خطا	سطح معناداری	ضریب همبستگی	نتیجه گیری
رابطه حفظ دانش با مدیریت خلاقیت و نوآوری سازمانی	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۶۲۲	تایید رابطه

با توجه به جدول شماره ۴ مقدار سطح معنا (p-value) به میزان ۰/۰۰ است که از سطح خطا کمتر است. بنابراین فرضیه H0 در مورد رابطه بین حفظ دانش با مدیریت خلاقیت و نوآوری رد می‌شود و فرضیه H1 مورد تایید قرار می‌گیرد. همچنین ضریب همبستگی پیرسون برای این رابطه ۰/۶۲۲ است که نشانگر ارتباط نسبتاً قوی بین این متغیرهاست.

جدول ۵: نتایج آزمون فرضیه شماره سه

شرح	مقدار خطا	سطح معناداری	ضریب همبستگی	نتیجه گیری
رابطه انتقال دانش با مدیریت خلاقیت و نوآوری سازمانی	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۷۲۰	تایید رابطه

با توجه به جدول شماره ۵ مقدار سطح معنا (p-value) به میزان ۰/۰۰ است که از سطح خطا کمتر است. بنابراین فرضیه H0 در مورد رابطه بین انتقال دانش با مدیریت خلاقیت و نوآوری رد می‌شود و فرضیه H1 مورد تایید قرار می‌گیرد. همچنین ضریب همبستگی پیرسون برای این رابطه ۰/۷۲۰ است که نشانگر ارتباط قوی بین این متغیرهاست.

جدول ۶: نتایج آزمون فرضیه شماره چهار

شرح	مقدار خطا	سطح معناداری	ضریب همبستگی	نتیجه گیری
رابطه خلق دانش با مدیریت خلاقیت و نوآوری سازمانی	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۷۷۱	تایید رابطه

با توجه به جدول شماره ۶، مقدار سطح معنا (p-value) به میزان ۰/۰۰ است که از سطح خطا کمتر است. بنابراین فرضیه H0 در مورد رابطه بین خلق دانش با مدیریت خلاقیت و نوآوری

نتایج آزمون فرضیه دو نشان داد که رابطه معناداری بین حفظ دانش در سازمان و مدیریت خلاقیت و نوآوری وجود دارد که با تحقیقات لیبسکایند (۱۹۹۶) [۴۱]، محمودزاده و همکاران (۱۳۹۷) [۲۰]، دلیرپور و یعقوبی (۱۳۹۲) [۹]، محمدی و همکاران (۱۳۹۱) [۱۹]، احمدی و همکاران (۱۳۹۱) [۹]، چن و هوانگ (۲۰۰۹) [۲۷]، همسو است. در نتیجه ارتقاء حفاظت از دانش برای حفظ مزیت رقابتی بنگاه‌ها ضروری است و از آنجایی که مبحث رقابت در سازمان‌های نظامی موضوع امنیت در سطح ملی است، مدیریت سازمان می‌تواند با فرایندهای مناسب حفظ دانش چرخه مدیریت نوآوری و خلاقیت را به حرکت درآورد و نهادینه نماید و ضعف در این مورد مانند حلقه مفقوده‌ای برای سازمان خواهد بود.

نتایج آزمون فرضیه سه نشان داد که رابطه معناداری بین خلق دانش در سازمان و مدیریت خلاقیت و نوآوری وجود دارد که با تحقیقات دروگ و همکاران (۲۰۰۳) [۳۳]، لیبسکایند (۱۹۹۶) [۴۱]، احمدی و همکاران (۱۳۹۱) [۱۱]، محمود زاده و همکاران (۱۳۹۷) [۲۰]، محمدی و همکاران (۱۳۹۱) [۱۹]، چن و هوانگ (۲۰۰۹) [۲۷]، همسو است. خلق دانش، تولید ایده‌های جدید، اعتماد به توانمندی کارکنان برای ایجاد محصولات، فرایندها و خدمات جدید است. بنابراین سازمان‌هایی که دارای عدم توانایی در ارتقاء دیدگاه‌های ناشناخته نسبت به مسائل و تبدیل ایده‌های خلاق به نتایج مفید هستند، نمی‌توانند به‌عنوان سازمان‌های خلاق و نوآور مطرح شوند رابطه این متغیرها در این سازمان هم نشانگر این است که خلق دانش در مسیر خلاقیت و نوآور است.

نتایج آزمون فرضیه چهار نشان داد که رابطه معنادار و نسبتاً قوی بین انتقال دانش در سازمان و مدیریت خلاقیت و نوآوری وجود دارد که با تحقیقات طالقانی و همکاران (۱۳۹۱) [۱۵]، تودار و همکاران (۱۳۹۹) [۵]، بارکلی و موری (۲۰۱۸) [۲۵]، دلیرپور و یعقوبی (۱۳۹۲) [۹]، محمدی و همکاران (۱۳۹۱) [۱۹]، چن و هوانگ (۲۰۰۹) [۲۷]، و کشاورزی (۱۳۹۴) [۱۷] همسو است. اولین مسئله‌ای که یک سازمان در اجرای یک طرح نوآوری با آن مواجه می‌شوند، فاصله زیاد بین دانش موجود و دانش موردنیاز است که آن را شکاف دانش نام نهاده‌اند. انتخاب شیوه‌ای که به حذف شکاف دانش منجر شود نه تنها بر نوآوری تأثیر مستقیم دارد بلکه کاهش ریسک و آسیب‌پذیری راهبردی را برای سازمان به دنبال دارد. درواقع، تجربه منبع دانش است و ارتقاء کسب دانش می‌تواند به افزایش نوآوری و خلاقیت سازمانی منجر شود. همچنین با نگاهی سیستمی و با توجه به ماهیت دانش‌های موردنیاز برای سازمان‌های تحقیقاتی نظامی، کسب دانش را برای بهبود مدیریت خلاقیت و نوآوری و پشتیبانی از نیازهای آینده رده‌های کاربر، مورد توجه، طراحی و ارتقاء قرار داد.

رابطه مستندسازی نتایج مدیریت دانش با مدیریت خلاقیت نوآوری سازمانی	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۷۰۲	تایید رابطه
---	------	------	-------	----------------

با توجه به جدول شماره ۹ مقدار سطح معنا (p-value) به میزان ۰/۰۰ است که از سطح خطا کمتر است. بنابراین فرضیه H0 در مورد رابطه بین مستندسازی نتایج مدیریت دانش با مدیریت خلاقیت و نوآوری رد می‌شود و فرضیه H1 مورد تایید قرار می‌گیرد. همچنین ضریب همبستگی پیرسون برای این رابطه ۰/۷۰۲ است که نشانگر ارتباط قوی بین این متغیرهاست.

۸- نتیجه‌گیری و بحث در مورد نتایج

هدف اصلی این پژوهش این است که آیا بین ابعاد مدیریت دانش و مدیریت خلاقیت و نوآوری سازمانی در یک سازمان تحقیقاتی نظامی ارتباطی وجود دارد؟ در این راستا برای بررسی تأیید یا عدم تأیید فرضیات و تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS استفاده شده است. با توجه به نرمال بودن توزیع داده‌های تحقیق از آزمون همبستگی برای معناداری رابطه بین متغیرها و از ضریب پیرسون برای ارزیابی شدت رابطه استفاده شده است. نتایج آزمون فرضیه یک نشان داد که رابطه معنادار و نسبتاً قوی بین کسب دانش در سازمان و مدیریت خلاقیت و نوآوری وجود دارد که با تحقیقات محمودزاده و همکاران (۱۳۹۷) [۲۰]، تودار و همکاران، (۱۳۹۹) [۵]، بارکلی و موری (۲۰۱۸) [۲۵]، دلیرپور و یعقوبی (۱۳۹۲) [۹]، محمدی و همکاران (۱۳۹۱) [۱۹]، هال و رود (۱۹۹۸) [۵۰]، احمدی و همکاران (۱۳۹۱) [۱۱]، چن و هوانگ (۲۰۰۹) [۲۷] و کشاورزی (۱۳۹۴) [۱۷] همسو است. اولین مسئله‌ای که یک سازمان در اجرای یک طرح نوآوری با آن مواجه می‌شوند، فاصله زیاد بین دانش موجود و دانش موردنیاز است که آن را شکاف دانش نام نهاده‌اند. انتخاب شیوه‌ای که به حذف شکاف دانش منجر شود نه تنها بر نوآوری تأثیر مستقیم دارد بلکه کاهش ریسک و آسیب‌پذیری راهبردی را برای سازمان به دنبال دارد. درواقع، تجربه منبع دانش است و ارتقاء کسب دانش می‌تواند به افزایش نوآوری و خلاقیت سازمانی منجر شود. همچنین با نگاهی سیستمی و با توجه به ماهیت دانش‌های موردنیاز برای سازمان‌های تحقیقاتی نظامی، کسب دانش را برای بهبود مدیریت خلاقیت و نوآوری و پشتیبانی از نیازهای آینده رده‌های کاربر، مورد توجه، طراحی و ارتقاء قرار داد.

نتایج آزمون فرضیه شش و هفت نشان داد که رابطه معنادار و نسبتاً قوی بین نوآوری در مدیریت دانش و مستندسازی نتایج مدیریت دانش در سازمان با مدیریت خلاقیت و نوآوری وجود دارد که با تحقیقات، دهقان نجم (۱۳۸۸) [۱۰]، علوی و لیندر (۲۰۰۱) [۲۴]، طالقانی و همکاران (۱۳۹۱) [۱۵]، تودار و همکاران (۱۳۹۹) [۵]، لانگ لم و همکاران (۲۰۲۱) [۳۹]، لیائو و وو (۲۰۱۰) [۴۰] و فیاض احمد (۲۰۱۸) [۵۲]، همسو است. در سازمان‌های نظامی اندیشه‌های نو و ایده‌های جدید و نوآورانه جایگاه بالایی دارد. استفاده از ابزاری به نام دانش و به‌کارگیری کارکنانی خلاق و نوآور یک نیاز راهبردی است. بنابراین مدیریت دانش باید همراه و آمیخته با نوآوری را باشد زیرا مزیت رقابتی پایدار در نوآوری پنهان است. موفقیت سازمان‌ها در وابسته به دانش و بهره برداری از دانش است. امروزه، دانش به شکل عمیقی بر عملکرد و ماهیت سازمان‌ها اثر گذاشته است. ماهیت نوآوری در استفاده از دانش نهفته است؛ لذا سازمان باید جوی را بوجود آورد که تبادل آشکار دانش و نوآوری در آن مورد تأکید قرار گیرد.

پیااده‌سازی مدیریت دانش و انتقال دانش و با توجه به نتایج بدست آمده به حرکت درآوردن چرخ نوآوری شود.

نتایج آزمون فرضیه پنج نشان داد که رابطه معنادار و نسبتاً قوی بین به‌کارگیری دانش در سازمان و مدیریت خلاقیت و نوآوری وجود دارد که با تحقیقات علوی و لیندر (۲۰۰۱) [۲۴]، طالقانی و همکاران (۱۳۹۱) [۱۵]، تودار و همکاران (۱۳۹۹) [۵۴]، بارکلی و موری (۲۰۱۸) [۲۵]، الیکانی و فکری (۱۳۹۳) [۲]، هونگ و همکاران (۲۰۱۰) [۳۵]، لیائو و وو (۲۰۱۰) [۴۰]، فیاض احمد (۲۰۱۱) [۵۰]، چن و هوانگ (۲۰۰۹) [۴]، و کشاورزی (۱۳۹۴) [۱۷] همسو است. به‌کارگیری مناسب دانش به افزایش رضایتمندی مشتریان، جلوگیری از تکرار اشتباهات، یافتن ایده‌های جدید، کاهش دوباره‌کاری، صرفه‌جویی در زمان برای حل مسئله، برانگیختن خلاقیت و نوآوری در کارکنان و ایجاد رابطه‌ای بهتر با مشتریان سازمان منجر می‌شود. در سازمان‌های نظامی استفاده از اطلاعات به‌روز و دانش روز در تصمیم‌گیری‌ها اهمیت بالایی دارد؛ از آنجایی که در جنگ‌های امروزی از دانش روز و مدرن‌ترین تجهیزات استفاده می‌شود، دانش و کاربردی کردن آن اهمیت زیادی دارد.

فهرست منابع

- [۱] احمدی، ابراهیم؛ کراهی مقدم، سیروس؛ رحیمی، فرج‌الله؛ (۱۳۹۱)، تاثیر استراتژی‌های مدیریت دانش بر نوآوری و عملکرد سازمان جهاد کشاورزی استان چهارمحال و بختیاری و خوزستان، دانشگاه علوم و تحقیقات، ۱۳۹۱.
- [۲] الیکانی، حامد؛ فکری، رکسانا؛ "ارایه مدل نوآوری با رویکرد مدیریت دانش در صنایع خودروسازی ایران"، کنفرانس بین‌المللی مدیریت در قرن ۲۱، تهران، موسسه مدیران ایده‌پرداز پایتخت ویرا، ۱۳۹۳.
- [۳] امیری، مهدی؛ "بررسی رابطه بین مدیریت دانش و کارآفرینی استراتژیک مبتنی بر میانجیگری نوآوری سازمانی) مطالعه موردی: سازمان آموزش و پرورش فارس"، فصلنامه علمی، پژوهشی ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره هشتم، شماره دو، صص ۱۷۴-۱۸۴، پاییز ۱۳۹۷.
- [۴] بایزیدی، ابراهیم؛ اولادی، بهنام؛ عباسی، نرگس؛ تحلیل داده‌های پرسشنامه‌ای به کمک نرم‌افزار SPSS، ویرایش چهارم، تهران، انتشارات عابد، صص ۷۸-۹۰، ۱۳۹۱.
- [۵] تودار، سید رسول؛ ابادری، زهرا؛ میرحسینی، زهره؛ حریری، نجلا؛ "شناسایی عوامل موثر بر نوآوری سازمانی در کتابخانه‌های دانشگاه آزاد اسلامی با استفاده از تکنیک دلفی"، ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره ۹، شماره ۴، صص ۵۵-۸۸، ۱۳۹۹.
- [۶] خسروی، مهنوش؛ غلامی، زاله؛ نجات، سحرناز؛ مجدزاده، سیدرضا؛ "پرسشنامه وضعیت نوآوری: ترجمه و روان‌سنجی گونه ایرانی"، فصلنامه پایش، سال دوازدهم، شماره ششم، صص ۶۱۷، آذر و دی ۱۳۹۲.
- [۷] زرگرپور، حمید؛ بریمانی، حمید؛ زرآبادی پور، سعید(ترجمه: دالکر، کیمز)؛ مدیریت دانش در تئوری و عمل، انتشارات پندار پارس، چاپ دوم، تهران، ۱۳۹۹.
- [۸] دعائی، حبیب‌اله؛ دهقانی سائیج، جلال؛ تحلیل شکاف استراتژیک ابعاد مدیریت دانش موسسات دانش محور، مطالعات مدیریت راهبردی، دوره ۱، شماره ۱، صص ۴۷-۶۸، ۱۳۸۹.

- [9] دلیرپور، مصطفی؛ یعقوبی، مجید؛ "ارایه مدلی برای بررسی تاثیر مدیریت دانش بر یادگیری سازمانی و نوآوری"، دهمین کنفرانس بین المللی مهندسی صنایع تهران انجمن مهندسی صنایع ایران، دانشگاه صنعتی امیر کبیر، ۱۳۹۲.
- [۱۰] دهقان نجم، منصور؛ "مدیریت دانش و نقش آن در نوآوری سازمانی"، ماهنامه مهندسی خودرو و صنایع وابسته، شماره ۱۰، سال اول، شهریور ۱۳۸۸.
- [۱۱] رحیمپور، مژگان؛ بابایی فارسانی، میثم؛ "بررسی تأثیر نوآوری باز بر اجرای مدیریت دانش با در نظر گرفتن فرآیندهای مدیریت دانش (نمونه پژوهش: منطقه دوم عملیات انتقال گاز استان اصفهان)"، نشریه علمی مدیریت راهبردی دانش سازمانی، سال دوم، شماره ۷، صص: ۲۱۵-۱۸۱، زمستان ۱۳۹۸.
- [۱۲] زارعی، محمد؛ "نوآوری در سازمان‌های دانشی"، فصلنامه صنعت بیمه، شماره ۶۵، ۱۳۸۵.
- [۱۳] سرمدی، محمدرضا؛ عفتی، فاطمه؛ (۱۳۹۸)، ارزیابی بلوغ مدیریت دانش با استفاده از مدل سازمان بهره‌وری آسیایی (مطالعه موردی: شهرداری تهران) مطالعات دانش و نظام‌های معنایی، دوره ششم، شماره ۱۲، صص ۲۳-۱، زمستان ۱۳۹۸.
- [۱۴] صمدی، سعید؛ "نقش مدیریت خلاقیت و نوآوری و دیده‌بانی فناوری در شرایط کسب‌وکار ناپایدار و بقای بلند مدت سازمان، فصلنامه تخصصی پارک‌ها و مراکز رشد، سال هشتم، شماره ۳۱، تابستان ۱۳۹۱.
- [۱۵] طالقانی، غلامرضا؛ انواری، علی؛ افتخاری، لیلا؛ رابطه بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی در یک شرکت بیمه، پژوهشنامه بیمه (صنعت بیمه)، دوره ۲۷، شماره ۱، مسلسل ۱۰۵، صص ۱۷۱-۱۵۱، ۱۳۹۱.
- [۱۶] کشاورزی، علی حسین؛ رادسرت، مجتبی؛ "ارزیابی سطح بلوغ مدیریت دانش و ارائه برنامه‌های بهبود (مورد مطالعه: هوانا)", فصلنامه مدیریت راهبردی دانش سازمانی، دوره ۱، شماره ۱، صص ۴۷-۱۱، ۱۳۹۷.
- [۱۷] کشاورزی، علی حسین؛ صفری، سعید؛ خوشخو تیتکانلو، صادق؛ "بررسی تاثیر روش کسب دانش بر نوآوری کارآفرینان در کسب‌وکارهای حوزه صنعت کشاورزی مورد مطالعه کسب‌وکار گلخانه‌ای پاکدشت"، فصلنامه مدیریت توسعه فناوری، دوره سوم، شماره ۳، صص ۱۶۴-۱۳۹، زمستان ۱۳۹۴.
- [۱۸] گلستان هاشمی، سیدمهدی؛ "خلاقیت و نوآوری سازمانی و فناوریانه"، فصلنامه رهیافت، دوره ۱۱، شماره ۲۶، ۱۳۹۰.
- [۱۹] محمدی، یوسف؛ محبی، علی؛ محمدی، یحیی؛ "الگوی به‌کارگیری قابلیت‌های مدیریت دانش در دانش آفرینی و نوآوری‌های پلیسی"، فصلنامه آموزش در علوم انتظامی، سال اول، شماره ۱، ۱۳۹۱.
- [۲۰] محمودزاده، ابراهیم؛ علوی‌نژاد، عباس؛ "بررسی رابطه بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی (مطالعه موردی: معاونت اجتماعی و پیشگیری از وقوع جرم قوه قضائیه)"، مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی، دوره ۲، شماره ۷، صص ۱۰۴-۸۱، ۱۳۹۷.
- [۲۱] منتظری، عباس؛ خنیفر، حسین؛ الیاسی، مهدی؛ محمدی، مهدی؛ "ارائه مدلی برای بازشدن نظام نوآوری بخش دفاعی ایران"، فصلنامه علمی- پژوهشی مدیریت نوآوری، سال سوم، شماره دوم، تابستان ۱۳۹۳.
- [۲۲] مهرعلی‌زاده، یداله؛ عبدی، محمدرضا؛ نظام مدیریت دانش، تجربه سازمان امور مالیاتی کشور، دانشگاه شهید چمران اهواز، ۱۳۸۸.

[23] <https://www.iribresearch.ir/noavari/norahbar.aspx>

[24] Alavi, M.; Leidner, D.E.; "Review: Knowledge management and knowledge management systems: conceptual foundations and research issues", MS Quarterly, Vol. 25, No. 1, pp. 107-136, 2001.

[25] Barclay, R.O.; Murray, P.C.; "What is Knowledge Management?", Knowledge /Praxis.

Available at: [Http://www .provider sedge .com/docs km articles/What Is Knowledge Management](Http://www.provider sedge .com/docs km articles/What Is Knowledge Management), 2018.

[26] Burgelman, R. A.; Christensen, C.M.; Wheelwright, S.C.; *Strategic Management of technology and innovation*, New York: McGraw Hill, 2004.

[27] Chen, C. J.; Huang, J. W.; "Strategic human resource practices and innovation Performance--The mediating role of knowledge management capacity", Journal of Business Research, Vol. 62, Issue 1, pp. 104-114, 2009.

[28] Ching-Torng, L.; Hero Ch.; Po-Young Ch.; "Agility index in the supply chain", Int. J. Production Economics Journal, Vol. 100, Issue 2, 2005.

[29] Cohen, W. M.; Levinthal, D. A.; "Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation",

- Administrative Science Quarterly, Vol. 35, Issue 1, pp. 128-152, 1990.
- [30] Damanpour, F.; “*Organizational innovation A Meta-analysis of effects of determinants and moderators*”, Academy of Management Journal, Vol. 34, p. 585, 1991.
- [31] Dayan, R.; Heisig, P.; Matos, F.; “*Knowledge management as a factor for the formulation and implementation of organization strategy*”, Journal of Knowledge Management, Vol. 21, Issue 2, pp. 308-329, 2017.
- [32] Donate, M.J.; Guadamillas, M.J.; “*Organizational factors to support knowledge management and innovation*”, J. Knowl. Manag., Vol. 15, Issue 6, pp. 890-914, 2011.
- [33] Droge, C.; Claycomb, C.; Germain, R.; “*Does Knowledge Mediate the Effect of Context on Performance? Some Initial Evidence*”, A journal of the Decision Science Institute, Vol. 34, Issue 3, pp. 541-568, 2003.
- [34] Friedman, R.S.; Prusak, L.; “*On heuristics, Narrative and Knowledge Management*”, Technovation, Vol. 28, Issue 12, pp. 812–817, 2008.
- [35] Hoang, Paul; *Business & management. [Melton, Vic.]*, IBID Press, p. 686, ISBN 978-1876659639, 2010.
- [36] Howells, J.; “*Tacit Knowledge, Innovation and Technology Transfer*”, TechnologyAnalysis & Strategic Management, Vol. 8, Issue 2, pp. 91-106, 1996.
- [37] Jacobs, E.; Roodt, G.; “*The development of a knowledge-sharing construct to predict turnover intentions*”, Emerald Group; Vol. 59, Issue 3, pp. 229-248, 2007.
- [38] Jiao, H.; Alon, I.; Koo, C.K.; Cui, Y.; “*When should organizational change be implemented? The moderating effect of environmental dynamism between dynamic capabilities and new venture performance*”, Journal of Engineering and Technology Management, Vol. 30, No. 2, pp. 188–205, 2013.
- [39] Lam, L.; Nguyen, P.; Le, N.; Tran, K.; “*The Relation among Organizational Culture, Knowledge Management, and Innovation Capability: It is Implication for Open Innovation*”, J. Open Innov. Technol. Mark. Complexity, Vol. 7, Issue 1, 2021.
- [40] LIAO, S. H.; Wu, C.; “*System perspective of knowledge management, organizational learning, and organizational innovation*”, Expert Systems with Applications, Vol. 37, Issue 2, pp. 1096-1103, 2010.
- [41] Liebeskind, J. P.; “*Knowledge, strategy, and the theory of the firm*”, Strategic management journal, Vol. 17, special issue, pp. 93-107, 1996.
- [42] Manhart, M.; Thalmann, S.; “*Protecting organizational knowledge: a structured literature review*”, Journal of Knowledge Management, Vol. 19, Issue 2, pp. 190-211, 2015.
- [43] Mina, A.; Bascavusoglu-Moreau, E.; Hughes, A.; “*Open service innovation and the firm’s search for external knowledge*”, Res. Policy, Vol. 43, Issue 5, pp. 853–866, 2014.
- [44] Mura, M.; Lettieri, E.; Radaelli, G.; Spiller, N.; “*Promoting professionals’ innovative behaviour through knowledge sharing the moderating*”, journal of knowledge management, Vol. 17, Issue 4, 2013.
- [45] Nonaka, I.A.; “*Dynamic theory of organizational knowledge Creation*”, Organization Scienc, Vol. 5, Issue 1, pp. 14-37, 1994.
- [46] O’Connor, A.; Roos, G.; “*Evaluating an Australian public policy organization’s innovation capacity*”, European Journal of Innovation Management, Vol. 10, Issue 4, pp. 532-558, 2007.
- [47] Park. Y.; Kim S.; “*Knowledge Management System for Fourth Generation R&D: Knowvation*”, Technovation, Vol. 26, Issue 5–6, pp. 595–602, 2006.
- [48] Parnaby, J.; “*Designing effective organization*”, International Journal of Technology Management, Vol. 6, p. 29, 1991.
- [49] Deiser, R.; *Designing the Smart Organization: How Breakthrough Corporate Learning Initiatives Drive Strategic Change and Innovation*, Jossey-Bass, 2009.
- [50] Rod, C.; Hall, R.; “*Knowledge management practices and path-dependency in innovation*”, research policy, vol. 27, Issue 3, 1998.
- [51] Ahmad, Sayed Fayaz; “*Influence of a Civil Society on Political Strategy? Evidence from Pakistan*”, Research on Humanities and Social Sciences, Vol. 1, No.3, 2011.
- [52] Ahmad, Sayed Fayaz; “*Knowledge Management as a Source of Innovation in Public Sector Organizations*”, Indian Journal of Natural Sciences, Vol. 9, Issue 52, February 2019.
- [53] Sullivan, P. H.; *Profiting from intellectual capital: extracting value from innovation*, New York, NY: John Wiley & Sons, 1998
- [54] Tyler, Knox; *U. S. military innovation in the 21st century*, Wharton research scholars, University of Pennsylvania, 2020.
- [55] Wei, Y.; Miraglia, S.; “*Organizational culture and knowledge transfer in project-based organizations: Theoretical insights from a Chinese construction firm*”, International Journal of Project Management, Vol. 35, Issue 4, pp. 571-585, 2017.
- [56] Wu, C.; Wang. A.; “*Geographical FDI knowledge spillover and innovation of indigenous firms in China*”, International business review, Vol. 25, Issue 4, pp. 895-906, August 2016.
- [57] Zemaitis, E.; “*Knowledge management in open innovation paradigm context, high tech sector perspective*”, Proc. Soc. Behave. Sci., Vol. 110, pp. 164-173, 2014.





پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی