

آزمون مدل ساختاری فرهنگ سازمانی و فرایند مدیریت دانش با عملکرد سازمانی: نقش میانجی نوآوری سازمانی

* سیاوش طالع پسند ** سید احمد محمدی حسینی

*دانشیار دانشکده روان شناسی و علوم تربیتی دانشگاه سمنان، سمنان، ایران
**دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی دانشکده روان شناسی و علوم تربیتی دانشگاه سمنان، ایران

چکیده

هدف این مطالعه بررسی نقش فرهنگ سازمانی و فرآیندهای مدیریت دانش بر عملکرد با تأکید بر نقش میانجی نوآوری سازمانی بود. روش انجام پژوهش حاضر توصیفی از نوع همبستگی می باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل اعضای هیئت علمی و کارکنان دانشگاه های شهر سبزوار بودند. شرکت کنندگان ۲۵۲ نفر (۱۸۵ مرد، ۶۷ زن) بودند که با روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای انتخاب شدند. آنها پرسشنامه های سنجش فرهنگ سازمانی، فرایند های مدیریت دانش، نوآوری سازمانی، و عملکرد سازمانی را تکمیل کردند. یافته ها نشان داد که فرآیندهای مدیریت دانش و فرهنگ سازمانی تأثیر مثبت و معنی داری بر نوآوری سازمانی دارد و نوآوری هم تأثیر مثبت، مستقیم و معنی داری بر عملکرد سازمانی دارد، به علاوه نوآوری می تواند نقش واسطه ای بین فرهنگ و عملکرد، و بین مدیریت دانش و عملکرد ایفا کند. بنابراین، این مطالعه، نقش مهم مدیریت دانش و فرهنگ سازمانی بر نوآوری و عملکرد سازمانی را روشن کرد.

واژه های کلیدی: نوآوری سازمانی، فرهنگ، مدیریت دانش، بهبود عملکرد

مقدمه

در دو دهه اخیر، عملکرد سازمانی به یکی از موضوع های مورد توجه تبدیل شده است و این تمایل هم در زمینه های پژوهشی و هم در زمینه های کاربردی به بروز نوآوری های بسیاری منجر شده است. مرور پژوهش های پیشین رابطه مثبتی بین نوآوری و طیف وسیعی از متغیرهایی را نشان میدهد که ناشی از عملکرد مطلوب است (گارسیا مورالس و همکاران^۵، ۲۰۱۱).

یک متغیر کلیدی موثر بر نوآوری، فرهنگ سازمانی است. فرهنگ سازمانی به عنوان کلیدی برای پرورش فرآیندهایی که از نوآوری حمایت می کنند یک گمانه زنی است (خازانچی و همکاران^۶، ۲۰۰۷؛ تلیز و همکاران^۷، ۲۰۰۹)؛ این دیدگاه ممکن است مربوط به بستر شرکت های خدمات حرفه ای باشد. مفهوم فرهنگ سازمانی از انسان شناسی فرهنگی نشأت می گیرد و در رفتار سازمانی، مدیریت و ادبیات بازاریابی متداول است (جورج و همکاران^۸، ۲۰۰۹). فرهنگ سازمانی به ارزش ها و باورهای اشاره می کند که هنجارهای رفتارهای مورد انتظاری که کارکنان ممکن است دنبال کنند،

نوآوری محرک کلیدی توسعه ی اقتصادی است و نقش حیاتی در رقابت ملی و سطح سازمان ایفا می کند (سفیس و مارسلی^۱، ۲۰۰۶؛ تلیز و همکاران^۲، ۲۰۰۹). گرچه دانش به عنوان عنصری تسهیل کننده در جهت خلق ارزش می باشد (چن و همکاران^۳، ۲۰۰۹)، اما دانش صرف، به تنهایی قابلیت نوآوری نداشته و نیازمند مدیریت است. مدیریت دانش در عصر امروز به عنوان یک نیاز اساسی مطرح است. از علل عمده ای که می توان برای این نیاز مطرح نمود، افزایش رقابت جهانی، سرعت بالای نوشوندگی در اطلاعات، پویایی در

نوآوری محصول و فرایند و رقابت بالا در بازارهای فروش می باشند (گرینر و همکاران^۴، ۲۰۰۷).

۱. نویسنده عهده دار مکاتبات: سیاوش طالع پسند
stalepasand@semnan.ac.ir

5. Garcia-Morales et al
6. Khazanchi et al
7. Tellis et al
8. Gregory et al

1.
Cefis & Marsili
2. Tellis et al
3. Chen et al
4. Greiner et al

ای فعالیت کنند، از اصلی ترین هدف این دانشگاه ها است (ترابی و گودرزی^{۱۲}، ۲۰۰۹).

چالش اصلی سازمان ها، نوآوری است؛ که فرایند تطبیق با بسیاری از تغییرات محیطی را تسهیل می کند. در واقع، نوآور بودن به سازمان در برخورد با محیط متلاطم خارجی کمک می کند که با پیچیدگی و تغییری که به سرعت در حال افزایش است مقابله کند. در چنین شرایطی، سازمان هایی که ظرفیت نوآوری دارند، قادرند که به چالش ها سریع تر پاسخ دهند، محصولات جدیدی را استخراج کنند و فرصت های بهتری نسبت به سازمان های فاقد نوآوری به دست آورند (جیمز واله^{۱۳}، ۲۰۱۱). نوآوری یا ابداع، عملی و کاربردی ساختن افکار و اندیشه های نو و تازه ناشی از خلاقیت است (مرادی و همکاران، ۱۳۹۲). نوآوری را می توان یک فعالیت ساختارمند و دانش بنیان در نظر گرفت که توسط شبکه ها، مرزهای سازمانی را پوشش می دهد (وانگ و همکاران^{۱۴}، ۲۰۱۲). نوآوری سازمانی اختراع تازه ای از دانش یا توسعه اطلاعات تازه نظیر مفهوم، تئوری یا فرضیه است. به عبارت دیگر، نوآوری سازمانی به معنای چیزی جدید برای استفاده است. نوآوری سازمانی مستلزم تبدیل ایده ها به اشکال قابل استفاده سازمانی است و این ایده برای پیشبرد عملکرد سازمانی مورد استفاده قرار می گیرد (دامان پور و همکاران^{۱۵}، ۲۰۰۸). طبقه بندی های مختلفی از انواع نوآوری وجود دارد. طبقه بندی دامان پور^{۱۶} (۱۹۹۱) نوآوری را به دو دسته نوآوری اداری و فنی تقسیم کرده است. در پژوهش حاضر، این طبقه بندی برای نوآوری سازمانی پذیرفته شده است.

نوآوری اداری به استفاده از ایده های جدید برای بهبود ساختارها، سیستم های سازمانی و فرآیندهای مربوط به ساختار اجتماعی اشاره دارد (وراوردنا^{۱۷}، ۲۰۰۳ و دامان پور، ۱۹۸۷) در مقابل، نوآوری فنی به عنوان فن آوری جدید به کامل کردن و تولید محصولات جدید اشاره دارد (یون گونگ و همکاران^{۱۸}، ۲۰۰۵). نوآوری اداری با استفاده از یک رویکرد بالا به پایین که در آن مدیران سطح بالا متعهد به انجام فعالیت های مربوطه می شوند، در حالی که نوآوری های فناوری یک رویکرد از پایین به بالا است که در آن کارکنان

ارائه می دهد. شاین^۹ (۱۹۹۲) فرهنگ سازمانی را به عنوان یک نیروی اجتماعی در نظر می گیرد که تا حد زیادی نامرئی و در عین حال بسیار قدرتمند است. شواهد تجربی نشان می دهند که فرهنگ سازمانی به طور قابل توجهی رفتارهای مبتنی بر عملکرد بازار، نگرش های کارکنان و اثر بخشی سازمانی را تحت تأثیر قرار می دهد و نسبت به استراتژی سازمانی و ساختار، سهم بیشتری در مدیریت دانش و اثر بخشی سازمانی دارد (ژنگ و همکاران^{۱۰}، ۲۰۱۰). فرهنگ سازمانی به شدت رفتار کارکنان را فراتر از سیستم های کنترل رسمی، روش ها و اقتدار تحت تأثیر قرار می دهد. به عنوان مثال، فرهنگ سازمانی ابزاری قدرتمند برای استخراج نتایج مطلوب سازمانی است (هوگان و کیت^{۱۱}، ۲۰۱۳). با این حال، با وجود تاکید بسیار زیاد بر فرهنگ سازمانی، شواهد به اندازه ی کافی از ویژگی های یک فرهنگ سازمانی که از نوآوری حمایت کند، پشتیبانی نمی کند. مهم تر از همه، مطالعات قبلی به اندازه ی کافی روند تبدیل ارزش های سازمانی به رفتارهای مطلوب قابل مشاهده را روشن نمی کند. بنابراین، ما در این پژوهش، با ارائه ی درکی واضح تر از روابط بین فرهنگ، فرایند های مدیریت دانش و رفتارهای نوآورانه به ادبیات موجود کمک می نمائیم. به علاوه انگیزه ما از نوشتن این مقاله این بود که شرح کامل تری از ویژگی ها و فرایندهای فرهنگی کلیدی که در یک بافت مبتنی بر دانش منجر به رفتارهای نوآورانه می شوند، ارائه دهیم. همچنین، این مطالعه به ایجاد پیامدهای ارزش آفرین ساختارهای پیچیده سازمانی کمک شایانی می کند، خاصه آنکه در یک محیط دانشگاهی اجرا شده است.

نوآوری سازمانی

امروزه، دانشگاه های پیشرفته دنیا درصدد تغییر نظام آموزشی و آموزش مهارت های تبادل دانش به نسل بعدی دانشجویان و تغییر فرایند پژوهش هستند و با در نظر گرفتن ماهیت کاربردی توسعه به دنبال ایده های جدید هستند. همچنین، آنان نوآوری های مرتبط با تبادل دانش را مطالعه و آنها را مستند می کنند و نحوه تفکر، سیاستگذاری و عمل درباره تبادل دانش و کارآفرینی در دانشگاه، صنعت و دولت را تغییر می دهند. توسعه مهارت های انسانی از طریق برنامه های توانمند سازی به گونه ای که دانش آموختگان قادر باشند در یک محیط ارتباطی بین صنعت و دانشگاه به طور نوآورانه

¹² . Torabi and Goodarzi

¹³ . Jiménez & Valle

¹⁴ . wang et al

¹⁵ . Damanpour et al

¹⁶ . Damanpour

¹⁷ . Weerawardena

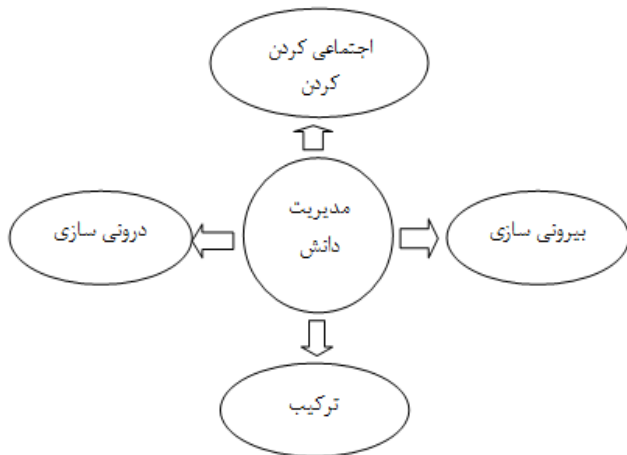
¹⁸ . Yonghong et al

⁹ . Schein

¹⁰ . Zheng et al

¹¹ . Hogan & Coote

تاکوچی^{۲۳}، (۱۹۹۵). خلق دانش، تقویت فرآیند تعامل بین دانش ضمنی و صریح است. تعامل بین دانش ضمنی و صریح منجر به دانش جدید می شود. ترکیب این دو مقوله (دانش ضمنی و صریح) سبب شکل گیری چهار الگو از دانش، شامل: اجتماعی سازی، بیرونی سازی، ترکیب و درونی سازی می شود. ما در پژوهش حاضر از این الگو استفاده کرده ایم و آنها را به عنوان ابعاد مدیریت دانش در نظر گرفته ایم (شکل ۱).



شکل ۱- ابعاد مدیریت دانش (اقتباس از نوناکا و تاکوچی، ۱۹۹۵)

فرهنگ سازمانی

تعریف های بسیاری در مورد فرهنگ سازمانی وجود دارد، با این حال، به طور کلی فرهنگ سازمانی به ارزش های سازمانی ابلاغ شده از طریق هنجارها، ساخته های دست بشر اشاره می کند و در الگوهای رفتاری مشاهده می شوند (همبورگ و فلسر^{۲۴}، ۲۰۰۰). ارزش ذاتی این ارزش ها این است که به عنوان اصول اجتماعی یا فلسفه هایی عمل می کنند که رفتار را هدایت و چارچوب گسترده ای برای روال ها و شیوه های سازمانی تعیین کنند (ریلی و همکاران^{۲۵}، ۱۹۹۱). بنابراین، ارزش ها مکانسیم ظرفیتی ارائه می دهند که از طریق آن مدیریت ارشد می تواند اعمال نفوذ کند (مام فورد و همکاران^{۲۶}، ۲۰۰۲). با تأکید بر روی ارزش های خاص و ایجاد هنجارهای مربوط به رفتارهای مورد انتظار، مدیران می توانند شروع به ساخت یک فرهنگ سازمانی نمایند که نفوذ قدرتمند و قانع کننده ای بر روی رفتار کارمند دارند. ارزش ها و هنجارها به نوبه ی خود می توانند در ساخته های دست بشر

سطح پایین درگیر انجام فعالیت ها می شوند (کیم و کو مار^{۱۹}، ۲۰۱۲).

فرایند مدیریت دانش

در دهه های اخیر موضوع مدیریت دانش رشد قابل توجهی در دانشگاه و صنعت داشته است (دیویدی و همکاران^{۲۰}، ۲۰۱۱). همچنین دانش به عنوان یک منبع مهم مزیت رقابتی و ایجاد ارزش، به عنوان یک عنصر ضروری برای توسعه پایدار و به طور کلی، به عنوان یک عامل تعیین کننده برای سازمان ها با آمال جهانی شناخته شده است. علاوه بر این، دانشی که سازمان ها شناسایی می کنند، منبعی پویا است که نیازمند تغذیه و مدیریت دقیق می باشد (میر فخر الدینی و همکاران، ۱۳۸۹). مدیریت دانش فرایند دستیابی به اطلاعات، از شیوه های متفاوت به منظور استفاده ی فوری و گسترده از دانش می باشد. مدیریت دانش، فعالیتی مدیریتی است که دانش را توسعه، انتقال، ارسال، ذخیره سازی و اعمال می کند و همچنین اطلاعات واقعی جهت واکنش و اتخاذ تصمیمات صحیح با هدف تحقق هدف های سازمانی، در اختیار سازمان قرار می دهد (هان و همکاران^{۲۱}، ۲۰۰۵). در نهایت می توان تعریفی که متمرکز بر انسان، ساختار و فناوری است و قابل کاربرد در عمل نیز می باشد، ارائه کرد: مدیریت دانش؛ فرایند کشف، کسب، توسعه و ایجاد، تسهیم، نگهداری، ارزیابی و به کارگیری دانش مناسب در زمان مناسب بین فرد مناسب در سازمان است که از طریق ایجاد پیوند بین منابع انسانی، فناوری اطلاعات و ارتباطات و ایجاد ساختاری مناسب برای دستیابی به هدف های سازمانی صورت می پذیرد (حسنقلی پور و همکاران، ۱۳۸۸). دانش ممکن است از جنبه های مختلفی بررسی شود: از قبیل، دانش ذهنی، بینایی، پردازش، اطلاعات و توانایی که به دو گونه دانش، شامل دانش ضمنی و دانش صریح قابل تقسیم می باشد. انتقال دانش ضمنی به شخص دیگر از طریق نوشتن و مشاهده سخت و دشوار است. دانش ضمنی گاهی اوقات شامل مجموعه ای از عادت ها و فرهنگ های خودمانی می باشد که به آن توجهی نداریم. دانش صریح، دانشی است که می تواند کدبندی و به صورت معین طبقه بندی شود. شکل های رایج دانش صریح شامل، دانش دستی، دانش مکتوب و ... می باشد. ایده جدید از طریق تعامل بین دانش ضمنی و دانش صریح در ذهن هر شخصی شکل می گیرد (نوناکا و کونو^{۲۲}، ۱۹۹۸؛ نوناکا و

23 . Nonaka & Takeuchi

24 . Homburg & Pflesser

25 . O'Reilly et al

26 . Mumford et al

19 . Kim and Kumar

20 . Dwivedi & et al

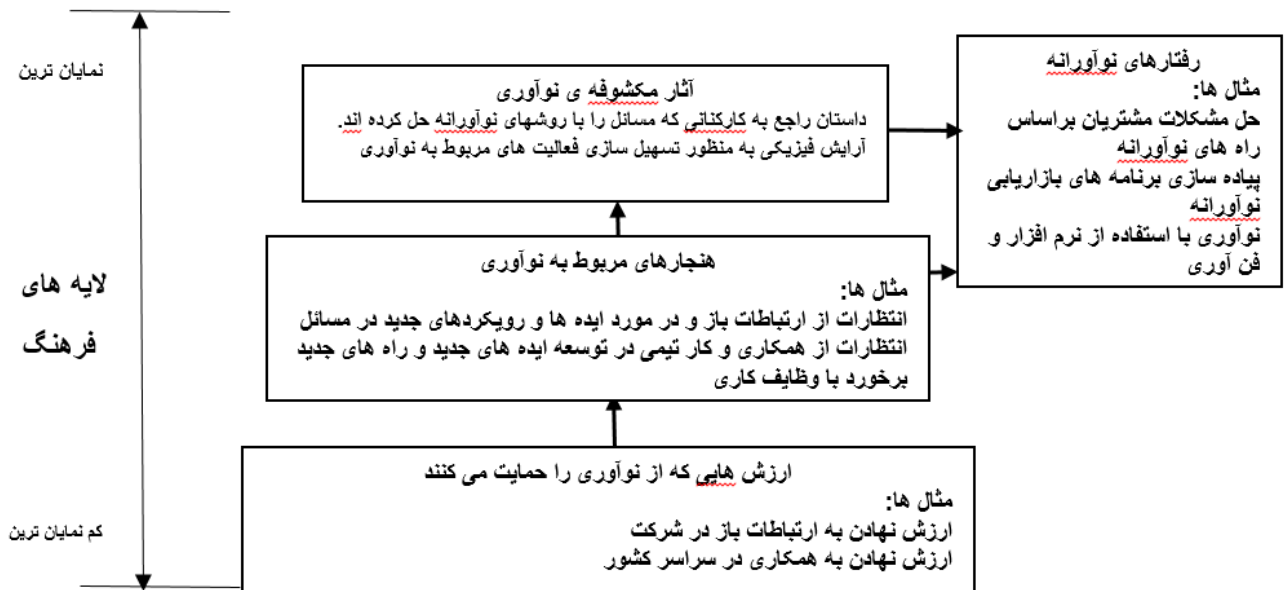
21 . Hung & et al

22 . Nonaka & Konno

که در آن فرهنگ سازمانی به درستی آشکار است نسبت می دهد. ارزش ها بستر هنجارها و ساخته های دست بشر قرار می گیرند و الگوهای مشاهده شده ی رفتار را مشخص می کنند. در حالی که ارزش ها زیاد قابل مشاهده نیستند، اما ساخته های دست بشر قابل رویت ترین لایه ی فرهنگ سازمانی را نشان می دهند و به طور آشکار در نمادها، آداب و رسوم، زبان و ترتیبات فضای کاری فیزیکی مشهود هستند.

ظاهر شوند و منجر به رفتارهای مطلوب مثل نوآوری شوند (هوگان و کیت، ۲۰۱۳).

در حالی که اکثر مطالعات قبلی فرهنگ سازمانی را به عنوان یک ساختار واحد در نظر می گیرند، شاین (۱۹۹۲) اهمیت تجزیه و تحلیل و تمایز بین لایه های مختلف فرهنگ را مد نظر قرار می دهد (شکل ۲). علاوه بر این، شاین (۱۹۹۲) سردرگمی در تعاریف فرهنگ را به شکست در تمایز سطوحی



شکل ۲- لایه های فرهنگ سازمانی که از نوآوری حمایت می کند

قدرت تفکر سازمان است. شواهد نشان می دهد مدیریت دانش از طریق ایجاد یک فرهنگ مفید و ارزشمند برای ایجاد و تسهیم دانش و همچنین ایجاد همکاری در سازمان ها نقش مهمی را در فرایند نوآوری ایفا می کند. پژوهشگران بر نقش محوری مدیریت دانش به خصوص در ایجاد یک محیط کاری داخلی که خلاقیت و نوآوری را حمایت می کند تأکید کرده اند. وانگ و همکاران^{۲۹} (۲۰۱۲) گزارش کردند که اشتراک دانش صریح و ضمنی، نوآوری و عملکرد را تسهیل می کند و تأثیر معنی داری بر روی سرعت نوآوری و عملکرد نوآوری دارد. بیراسناو^{۳۰} (۲۰۱۳) نشان داد که رهبری تحول آفرین تأثیر مثبت و قوی بر فرایند مدیریت دانش دارد. همچنین رهبری تحول آفرین شرایطی را برای اجرای فرایند مدیریت دانش در سازمان از طریق انتقال دانش، اشتراک گذاری دانش میان کارکنان و تشویق آنان به استفاده از دانش فراهم می کند. لیاو^{۳۱} (۲۰۱۱) نشان داد که مدیریت دانش و ساختار سازمانی

عملکرد سازمانی

ارزیابی عملکرد عبارت است از فرایند کمی کردن کارایی و اثربخشی عملیات (چن^{۲۷}، ۲۰۰۴). عملکرد سازمانی پدیده ای پیچیده است که شاید ساده ترین تعبیر برای آن را بتوان مجموعه فعالیت های معطوف به دستیابی بر اهداف سازمانی دانست. از این رو عملکرد سازمانی به این موضوع مربوط می شود که یک سازمان چه مقدار به هدف های خود رسیده است. پژوهشگران ابعاد مختلفی را برای عملکرد سازمانی در نظر گرفته اند که در پژوهش حاضر از هفت مؤلفه برای سنجش عملکرد سازمانی استفاده شده است. این ابعاد عبارتند از: توانایی، وضوح، کمک، مشوق، ارزیابی، اعتبار و محیط.

پاربی و تیلور^{۲۸} (۲۰۰۰) بر این عقیده اند که مدیریت دانش پشتیبان نوآوری، ایجاد ایده های جدید و بهره برداری از

29 . Wang et al

30 . Birasnav

31 . Liao

27 . Chen

28 . Parlbay and Taylor

پرسشنامه بازگشت داده شد. از این میان ۲۵۲ پرسشنامه انتخاب و مورد تجزیه و تحلیل آماری قرار گرفت. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه استفاده شد. پرسشنامه این پژوهش شامل ۹۱ سؤال می باشد که شامل پنج بخش متمایز از هم می باشد. بخش نخست با پنج سؤال ویژگیهای جمعیت شناختی شامل جنسیت، سن، نوع دانشگاه، سابقه خدمت و سطح تحصیلات پاسخ دهندگان، بخش دوم با ۱۶ سؤال برای سنجش فرهنگ سازمانی با اقتباس از کامرون و کوئین^{۳۳} (۲۰۰۶)، بخش سوم با ۲۶ سوال برای سنجش فرآیندهای مدیریت دانش با اقتباس از نوناکو و تاکوچی (۱۹۹۵)، بخش چهارم با ۱۶ سؤال برای

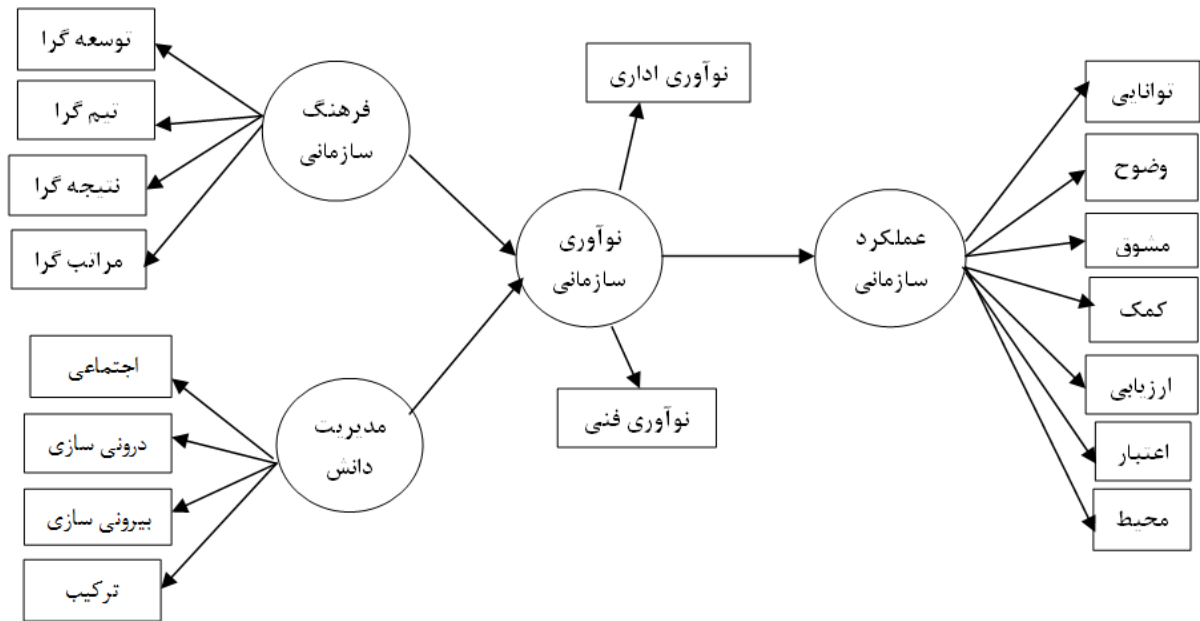
می تواند نوآوری را تسهیل کند و مدیریت دانش تأثیر مثبت و معنی داری بر نوآوری دارد. روسنبوش و همکاران^{۳۴} (۲۰۱۱) نشان دادند که رابطه‌ی نوآوری-عملکرد متأثر از عوامل زمینه-ای همچون: سن شرکت، نوع نوآوری و عوامل فرهنگی می-باشد. میر فخر الدینی و همکاران (۱۳۸۹) نشان دادند که ارتباط مثبت و معناداری بین نوآوری دانش و مدیریت دانش و همچنین رابطه معناداری بین مدیریت دانش و عملکرد نوآوری وجود دارد. کردناچی و همکاران (۱۳۹۳) نشان دادند که تأثیر شفافیت سازمانی بر عملکرد سازمان مثبت و معنادار است و فرهنگ سازمان نیز به عنوان متغیر واسطه بر این رابطه اثر می گذارد. با توجه به مرور پیشینه پژوهش مدل فرضی این مطالعه در شکل ۳ ارائه شده است. در این مدل فرض شده است که فرهنگ سازمانی کارکنان بر نوآوری سازمانی اثر ساختاری مستقیم دارد. فرایند های مدیریت دانش بر نوآوری سازمانی اثر ساختاری مستقیم دارد. نوآوری سازمانی کارکنان بر عملکرد سازمانی اثر ساختاری مستقیم دارد، و در رابطه فرهنگ سازمانی بر عملکرد، و رابطه فرایند های مدیریت دانش بر عملکرد نقش میانجی ایفا می کند.

روش شناسی

این پژوهش، براساس هدف از دسته پژوهش های کاربردی محسوب می شود؛ زیرا نتایج پژوهش قابل استفاده برای تمامی سازمان ها و نظام های آموزشی و پژوهشی، به خصوص دانشگاه های سبزوار است و براساس چگونگی به دست آوردن داده های مورد نیاز توصیفی و از نوع همبستگی است که در آن روابط متغیر ها براساس هدف پژوهش تحلیل می شود. به منظور جمع آوری اطلاعات از مطالعات کتابخانه‌ای و همچنین از یک مطالعه میدانی در میان کارکنان و اعضای هیأت علمی دانشگاه های شهر سبزوار استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه اعضای هیأت علمی رسمی و کارکنان رسمی دانشگاه های دولتی، آزاد و پیام نور شهر سبزوار بودند که در سال تحصیلی ۹۴-۹۳ به خدمت اشتغال داشتند ($N = 800$). حجم نمونه ۵ تا ۵۰ برابر پارامترهایی است که در مدل باید برآورد شود (میولر، ۱۳۹۰). در این مدل ۳۹ پارامتر (۳۴ پارامتر در مدل اندازه گیری، دو پارامتر در گاما، یک پارامتر در بتا، و دو پارامتر در ماتریس سای) وجود دارد، که حداقل حجم نمونه باید بین ۱۹۵ تا ۱۹۵۰ نفر باشد. نمونه آماری مناسب تعداد ۲۶۰ نفر در نظر گرفته شد. برای گردآوری داده ها، پرسشنامه بین ۲۹۰ نفر به صورت طبقه ای تصادفی توزیع شد. از این تعداد ۲۶۳

³³ . Cammeron & Quinn

³² . Rosenbusch, et al



شکل ۳- مدل فرضی پژوهش

جدول ۱- آزمون کولموگروف-اسمیرنوف

متغیر	Z	P
فرهنگ سازمانی	۰/۰۵۹	۰/۰۳۱
مدیریت دانش	۰/۰۴۹	۰/۲۰۰
نوآوری سازمانی	۰/۰۶۴	۰/۰۱۵
عملکرد سازمانی	۰/۱۶۸	۰/۰۰۰

سنجش نوآوری سازمانی با اقتباس از هانگمین و همکاران^{۳۴}(۲۰۰۷)، و بخش پنجم با ۲۸ سؤال برای سنجش عملکرد سازمانی با اقتباس آچیو، هرسی و گلداسمیت (سنفورد^{۳۵}، ۲۰۰۹) است. پاسخ ها در یک طیف ۵ درجه ای لیکرت درجه بندی می شد. برای برآورد اعتبار مقدماتی، یک نمونه اولیه شامل ۳۰ نفر انتخاب شد. آلفای کرونباخ به ترتیب، ۰/۸۷ برای مدیریت دانش، ۰/۸۰ برای فرهنگ سازمانی، ۰/۹۱ برای نوآوری سازمانی و ۰/۸۵ برای عملکرد سازمانی بدست آمد. روایی سازه^{۳۶} در مدل اندازه گیری تحلیل عاملی تاییدی بررسی شد.

یافته های پژوهش

یافته ها نشان داد که از بین ۲۵۲ نفر شرکت کننده ۷۳/۵ درصد را مردان تشکیل می دادند. توزیع شرکت کنندگان از دانشگاه دولتی ۵۹/۳ درصد، دانشگاه آزاد ۳۲/۴ درصد و پیام نور ۸/۲ درصد بودند. از لحاظ سنی، ۶۴/۸ درصد حدود ۳۰ سال و بین ۳۱ تا ۴۰ سال سن دارند. ۶۳/۲ درصد افراد تحصیلات فوق لیسانس و بالاتر دارند.

یافته ها نشان می دهد به استثنای متغیر فرایند مدیریت دانش، توزیع سایر متغیرها نرمال نیست (جدول ۱).

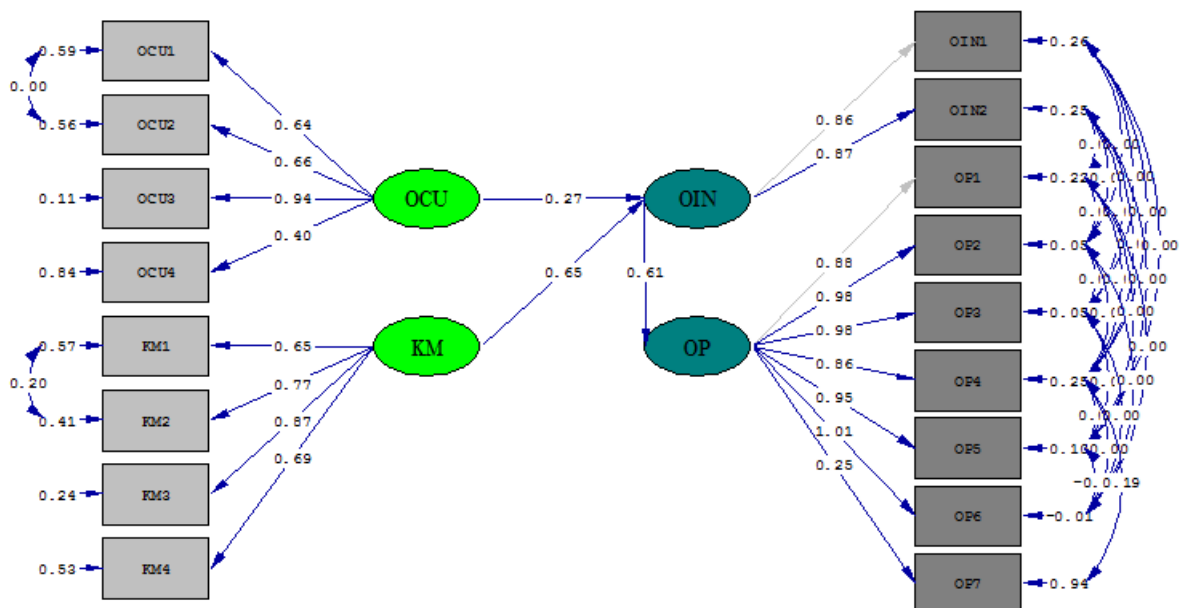
³⁴ . Hongming et al

³⁵ . sanford

³⁶ . Construct Validity

نوآوری را به طور ساختاری تحت تاثیر قرار می دهد، تایید شد. فرضیه دیگر این پژوهش این بود که مدیریت دانش دارای اثر ساختاری مثبت و مستقیم بر نوآوری است ($\gamma_{\gamma} = 0/65, p < 0/01$). از اینرو، فرضیه دوم نیز تایید شد. فرضیه سوم این مطالعه اثر ساختاری مستقیم نوآوری سازمانی بر عملکرد سازمانی بود. یافته ها نشان داد که نوآوری سازمانی به طور مستقیم و ساختاری و در جهت مثبت عملکرد سازمانی را تحت تاثیر قرار می دهد ($\beta_{\gamma} = 0/61, p < 0/01$). فرضیه دیگر مربوط به اثر غیر مستقیم فرهنگ سازمانی بر عملکرد با نقش واسطه ای نوآوری بود. یافته ها نشان داد که نوآوری سازمانی در اثر ساختاری فرهنگ سازمانی بر عملکرد سازمانی نقش میانجی ایفا می کند ($IE_{OCU-OIN-OP} = 0/164, p < 0/05$). فرضیه دیگر این مطالعه اثر غیر مستقیم فرایند های مدیریت دانش بر عملکرد با نقش واسطه ای نوآوری بود. یافته ها نشان داد که فرایند های مدیریت دانش اثر غیر مستقیم و مثبتی بر عملکرد سازمانی دارد ($IE_{KM-OIN-OP} = 0/396, p < 0/05$). اثر غیر مستقیم مدیریت دانش بر عملکرد از اثر غیر مستقیم فرهنگ بیشتر بود. به هر حال، فرضیه چهارم و پنجم پژوهش یعنی میانجی بودن نوآوری سازمانی در رابطه بین فرهنگ و عملکرد از یکسو، و در رابطه بین فرایند های مدیریت دانش و عملکرد از سوی دیگر تأیید شد. جدول ۳ اثرات مستقیم، غیر مستقیم متغیر ها را نشان می دهد.

از برآوردهای پیشینه درست نمایی با تعدیل چولگی استفاده شد. نخست شاخص های برازندگی مدل بررسی شد. یافته ها نشان می دهد که بعضی از شاخص ها حاکی از برازندگی مناسب و بعضی از شاخص ها نشان دهنده برازندگی نه چندان مطلوب مدل است (جدول ۲). برای برازندگی مدل اندازه گیری در بخش متغیرهای برونزاد، نخست بررسی ماتریس کوواریانس استاندارد پس ماند نشان می دهد که بین مقادیر خطای سوال ۱ و ۲ در متغیر نهفته فرهنگ سازمانی کوواریانس وجود دارد. با توجه به ماهیت سوال های مربوطه فرض وجود کوواریانس خطا بین این سوال ها به لحاظ نظری پذیرفته شد. در مورد سوال های ۱ و ۲ در متغیر نهفته فرایند مدیریت دانش استدلال مشابهی وجود داشت. با در نظر گرفتن این تغییرات مدل های اندازه گیری در بخش برونزاد مدل در متغیرهای نهفته نوآوری سازمانی و عملکرد سازمانی در مقادیر خطا وابستگی داشتند. به هر حال، یک توجیه برای در نظر گرفتن کوواریانس بین مقادیر خطا، این است که ایده های نوآورانه در نهایت به صورت عملکردهای نوآورانه بروز خواهند یافت و فرض در نظر گرفتن استقلال بین نشانگرهای این دو متغیر ممکن است واقعی نباشد. با این استدلال در بخش مدل های اندازه گیری کوواریانس در نظر گرفته شد. مدل نهایی آزمون شده در شکل ۴ گزارش شده است. در بخش ساختاری یافته ها نشان داد که فرهنگ سازمانی دارای اثر مثبت و مستقیم بر نوآوری است ($\gamma_{\gamma} = 0/27, p < 0/05$). به این ترتیب، این فرضیه که فرهنگ سازمانی به طور مستقیم



شکل ۴. رابطه ساختاری فرهنگ سازمانی و فرآیند مدیریت دانش با عملکرد سازمانی: نقش واسطه ای نوآوری سازمانی

* ضرایب استاندارد گزارش شده اند. ** تمام ضرایب در سطح ۵ درصد معنادار هستند
 OCU = فرهنگ سازمانی KM = فرایند مدیریت دانش OIN = نوآوری سازمانی OP = عملکرد سازمانی

جدول ۲. شاخص های برازش مدل معادلات ساختاری

ردیف	معیارهای برازش مدل	شاخص	مقدار به دست آمده	مقدار مجاز یا حد مطلوب	نتیجه برازش
۱	کای دو نسبی	X^2/DF	۲/۷۲	$3 <$	قابل قبول
۲	ریشه میانگین مجذورات تقریب	RMSEA	۰/۰۷۰	$0/1 <$	خوب
۳	شاخص برازش هنجار شده	NFI	۰/۹۱	$0/90 >$	خوب
۴	شاخص نرم برازندگی	NNFI	۰/۸۹	$0/95 >$	متوسط
۵	شاخص برازش مقایسه ای	CFI	۰/۹۱	$0/90 >$	خوب
۶	شاخص برازندگی	GFI	۰/۸۵	$0/90 >$	ضعیف
۷	برازندگی تعدیل یافته	AGFI	۰/۷۶	$0/90 >$	ضعیف

جدول ۳. نتایج ضرایب مستقیم، غیر مستقیم رابطه متغیرهای پژوهش

مسیر	اثر مستقیم	اثر غیر مستقیم
فرهنگ سازمانی بر نوآوری سازمانی	۰/۲۷	
مدیریت دانش بر نوآوری سازمانی	۰/۶۵	
نوآوری سازمانی بر عملکرد سازمانی	۰/۶۱	
فرهنگ به واسطه نوآوری سازمانی بر عملکرد		۰/۱۶
مدیریت دانش به واسطه نوآوری سازمانی بر عملکرد		۰/۳۹

بحث و نتیجه گیری

یافته های این پژوهش نشان داد فرهنگ سازمانی بر نوآوری دارای اثر مثبت و مستقیم است. بنابراین نتیجه می گیریم که درک فرهنگ سازمانی می تواند به شکل دادن فرایند نوآوری و عملکرد سازمان کمک شایانی کند. به طور خاص، نتیجه حاصل از تأیید این فرضیه اهمیت یک فرهنگ سازمانی را که ارزش ها، انتظارات و تسهیلاتی که ریسک پذیری و تمایل برای به چالش کشیدن وضع موجود، تقدیر و قدردانی از دستاوردها و تلاش های کارکنان، انعطاف پذیری و ارتباطات داخلی را به حساب می آورد، برجسته می سازد. پس به نظر می رسد این شاخص های فرهنگ سازمانی ارزش های بسیار مهمی هستند که به نوبه ی خود از هنجارهای مربوط به نوآوری حمایت می کنند. این نتیجه با آنچه هوگان و کیت (۲۰۱۳) به دست آوردند تا حدودی همسویی دارد. نتیجه دیگر این پژوهش نشان داد که فرایند مدیریت دانش تأثیر مثبت و معنی داری بر میزان نوآوری در سازمان دارد. یعنی مدیریت دانش می تواند نقش مؤثری در افزایش نوآوری سازمان ایفا کند. این یافته مشابه با نتایج پژوهشی است که توسط بیراسناو و همکاران (۲۰۱۳) انجام گرفت. آنها دریافتند فرایند مدیریت دانش از قبیل فراگیری، انتقال و کاربرد دانش ارتباط مثبتی با نوآوری فرایند دارد. از پژوهش های دیگری که با نتایج پژوهش

حاضر همخوانی دارد می توان به پژوهش هایی که واکارو و همکاران^{۳۷} (۲۰۱۰)، لیا او^{۳۸} (۲۰۱۱) اشاره کرد که همگی بر تأثیر مدیریت دانش بر نوآوری در سازمان اشاره داشته و بیان کرده اند که وجود مدیریت دانش در هر سازمانی باعث خلاقیت و نوآوری در سازمان می شود. همچنین، یافته دیگر این مطالعه نشان داد که فرآیندهای مدیریت دانش به واسطه نوآوری، تأثیر غیر مستقیم بر عملکرد سازمانی دارد. به طور کلی در تبیین این نتایج می توان گفت توجه به مدیریت دانش امری پویا بوده، نیازمند چیدمانی مناسب از عواملی، همچون انسان، فرایندها و زیر بنای فرهنگی سازمان است. مدیریت دانش یک فعالیت گروهی و مشارکتی بوده و همه افراد در کلیه سطوح سازمانی باید در آن دخیل باشند. نتایج این پژوهش نشان داد که نوآوری سازمانی تأثیر مثبت و معنی داری بر عملکرد در سازمان دارد. این امر نیز نشان از نقش پررنگ نوآوری در عملکرد دانشگاه های مذکور دارد. این یافته هماهنگ با نتایج پژوهش های پیشین است (روسنبوش و همکاران^{۳۹}، ۲۰۱۱؛ گوندای و همکاران^{۴۰}، ۲۰۱۱؛ گارسیا مورالس^{۴۱} و همکاران،

37. Vaccaro et al

38. Liao

39. Rosenbusch, et al

40. Gunday et al

41. Garcí'a et al

۵. مدیران دانشگاه هنگام ارتباط با کارکنان به آنها حس ارزشمندی (افتخار) القا کنند.

منابع

۱. حسنقلی پور، طهمورث، عابدی جعفری، حسن، خطیبیان، نداء، (۱۳۸۸). سنجش سطح بلوغ مدیریت دانش در سازمان ها از طریق یک مدل بلوغ توسعه یافته مدیریت دانش، سال چهارم، شماره ۱۴، ص ۱۲۱-۱۴۸.
۲. سید نقوی، میرعلی، سپیندارند، صادق، رامین مهر، حمید، (۱۳۹۱). بررسی اثرات سرمایه های فکری بر عملکرد سازمانی با تأکید بر نقش میانجی قابلیت یادگیری در شعب بانک صادرات استان تهران، مدیریت بازرگانی، دوره ۴، شماره ۱۲، صص ۷۰-۵۳.
۳. کردنائیچ، اسداله، فانی، علی اصغر، مسعودی، زهرا (۱۳۹۳). فرهنگ سازمانی حلقه مفقوده شفافیت سازمانی و عملکرد سازمان، مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۱۲، شماره ۲، صص ۱۷۳-۱۸۹.
۴. محمدی حسینی، احمد، امین بیدختی، علی اکبر، (۱۳۹۳). بررسی نقش یادگیری سازمانی در افزایش عملکرد نوآوری، دو فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی، سال دوم، شماره ۴، صص ۸۴-۹۵.
۵. مرادی، محمود، یاکیده، کیخسرو، عبداللهیان، فرزانه، صفردوست، عاطیه، (۱۳۹۲). بررسی تأثیر فرهنگ مدیریت خطا بر نوآوری سازمانی، فصل نامه علمی- پژوهشی مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره یازدهم، شماره ۲، صص ۸۷-۱۱۴.
۶. میر فخرالدینی، سید حیدر، حاتمی نسب، سید حسن، طالعی فر، رضا، کنجکاو منفرد، امیر رضا. (۱۳۸۹). مدیریت دانش، نوآوری دانش و عملکرد نوآوری در شرکت های کوچک و متوسط. چشم انداز مدیریت بازرگانی، ۲، ص ص ۱۱۸-۱۰۳.

۲۰۰۸). یافته دیگر این مطالعه از نقش میانجی نوآوری سازمانی بین فرهنگ و عملکرد سازمان حکایت دارد. به علاوه آرایش فیزیکی یک سازمان از طریق فراهم آوردن فرصت هایی برای کارکنان به منظور تبادل ایده ها ی جدید و به اشتراک گذاری اطلاعات بین حوزه های عملکردی و هماهنگی و یکپارچه سازی کار در سراسر گروه ها و بخش های سازمانی می تواند از نوآوری حمایت کند. به طور کلی فرهنگ سازمانی و فرایند های مدیریت دانش، به خاطر ارتباط مستقیم شان با نوآوری و عملکرد، متغیرهای مهمی هستند. بنابراین مسئولان باید به دنبال درک این فرایند باشند.

یکی از محدودیت های پژوهش حاضر این است که روابط به دست آمده از نوع همبستگی است لذا نمی توان گزاره های علی بیان کرد. محدودیت دوم این مطالعه مربوط به جامعه مورد مطالعه است. این یافته ها قابل تعمیم به دانشگاههای شهر سبزوار است و لذا تعمیم آن به سایر دانشگاهها غیر مجاز است. محدودیت دیگر مربوط به مدل های اندازه گیری است. نشانگرهای نوآوری سازمانی با عملکرد سازمانی خطاهای مرتبگی داشتند که به نظر می رسد برازندگی مدل را در بعضی از شاخص ها خدشه دار کردند. براساس نتایج این پژوهش فرایندهای مدیریت دانش و فرهنگ به عنوان پیش شرط ها و عوامل مؤثر بر نوآوری و عملکرد سازمانی مورد شناسایی قرار گرفتند. براساس یافته های این پژوهش وجود مدیریت دانش و فرهنگ باعث بروز خلاقیت، ایده پروری و تسهیل رفتارهای نوآورانه و ریسک پذیر می شود. پیشنهاد می شود که سیاستگذاران، مدیران حوزه ستادی وزرات علوم، تحقیقات و فناوری و مدیران دانشگاه ها در خصوص رابطه متغیرهای پژوهش اقدامات زیر را انجام دهند:

۱. ایجاد فرهنگ به اشتراک گذاری دانش در سازمان با برخوردهای تشویقی از جانب سازمان، و ایجاد شبکه های دانشی درون سازمانی.
۲. در اولویت قرار دادن بکارگیری دانش صریح به نسبت دانش ضمنی، بدلیل نوپا بودن مباحث مربوط به مدیریت دانش در سازمان.
۳. توجه به نیازهای یکپارک پیروان و ایجاد فرصت برای شکوفایی و ارتقای آنان به سطح بالاتر توسعه شخصیتی.
۴. مدیران آموزش عالی کارکنان را در تصمیم گیری ها مشارکت دهند و از نقطه نظرها همه گروه ها، به خصوص اعضای هیئت علمی استفاده کنند و به طور کلی کارها به صورت تیمی صورت گیرد.

7. Birasnav, M., Albufalasa, M., & Bader, Y. (2013). *The role of transformational leadership and knowledge management processes on predicting product and process innovation: An empirical study developed in Kingdom of Bahrain. Review of Applied Management Studies*, 11: 64-75.

- Journal of Production Economics, 133(2), 662-676.
18. Gregory, B. T., Harris, S. G., Armenakis, A. A., & Shook, C. L. (2009). Organizational culture and effectiveness: A study of values, attitudes, and organizational outcomes. *Journal of Business Research*, 62, 673-679.
 19. Garcia-Morales, V. J., Matías-Reche, F., & Verdu-Jover, A. J. (2011). Influence of internal communication on technological proactivity, organizational learning, and organizational innovation in the pharmaceutical sector. *Journal of Communication*, 61, 150-177.
 20. Greiner, M. E., Böhmman, T., & Krcmar, H. (2007). *A Strategy for Knowledge Management*. *Journal of knowledge management*, 11, 3-15.
 21. Hogan, S. J. & Coote, L.V. (2013). Organizational culture, innovation, and performance: A test of Schein's model. *Journal of Business Research*, 1-13.
 22. Hung, C.Y., Ming Hung, S., Pin Lin, Q., Tsai, M. L. (2005). *Critical Factors In Adopting a Knowledge Management System For The Pharmaceutical Industry*. *Industrial Management & Data Systems*, 105(2), 164-183.
 23. Homburg, C., & Pflesser, C. (2000). A multiple-layer model of market-oriented organizational culture: Measurement issues and performance outcomes. *Journal of Marketing Research*, 37(4), 449-462.
 24. Hongming, X., L. Changyong, and C. H. Chunhui. (2007). "Relationships Among Market Orientation, Learning Orientation, Organizational Innovation and Organizational Performance: An Empirical Study in the Pearl River Delta Region of Chin; Higher Education Press and Springer-Verlag." *Frontiers of Business Research in China* 1 (2):222-253.
 25. Jiménez - Jiménez, D., & Valle, R.S. (2011), *Innovation, organizational learning, & performance*, *Journal of Business Research*, Vol. 64, No.4, pp. 408-417.
 26. Khazanchi, S., Lewis, M. W., & Boyer, K. K. (2007). Innovation-supportive
 8. Birasnav, M. (2013). *Knowledge management and organizational performance in the service industry: The role of transformational leadership beyond the effects of transactional leadership*. *Journal of Business Research*.
 9. Cefis, E., & Marsili, O. (2006). Survivor: The role of innovation in firms' survival. *Research Policy*, 35(5), 626-641.
 10. Chen, Y., Lin, M. J. J., & Chang, C. H. (2009). *The Positive Effects of Relationship Learning and Absorptive Capacity on Innovation Performance and Competitive Advantage in Industrial Markets*. *Industrial marketing management*, 38, 152-158.
 11. Chen, J.Z. (2004). Measuring intellectual capital: a new model and empirical Study. *Journal of Intellectual Capital*, Vol.5, No.1, pp.195- 212.
 12. Cameron, K. S; Quinn, R. E. (2006). "Diagnosing and Changing Organizational Culture"; Reading: Addison Wesley.
 13. Dwivedi, Y., Venkitachalam, K., Sharif, A., Al-Karaghoul, W., & Weerakkody, V. (2011). *Research trends in knowledge management: analyzing the past and predicting the future*. *Information Systems Management*, 28, 43-56.
 14. Damanpour, F., (1987). The adoption of technological, administrative, and ancillary innovations: impact of organizational factors. *Journal of Management* 13 (4), 675-688.
 15. Damanpour, F. (1991). Organizational Innovation: A Meta-analysis of Effects of Determinants and Moderators, *Academy of Management Journal*, Vol. 34, No. 3, pp. 555-90.
 16. Damanpour, F. and Schneider, M. (2008). Characteristics of Innovation and Innovation Adoption in Public Organizations: Assessing the Role of Managers, *Journal of Public Administration Research and Theory*, Vol.19, pp. 495-522.
 17. Günday, G., Ulusoy, G., Kılıç, K., & Alpkan, L. (2011). Effects of innovation types on firm performance. *International*

35. Schein, E. H. (1992). *Organizational culture and leadership*. San Francisco: Jossey-Bass Inc.
36. sanford,r.(2009). *THE IMPACT OF ACTIVITY-BASED COSTING ON ORGANIZATIONAL PERFORMANCE*. Degree Doctor, Nova Southeastern University.50-61.
37. Torabi, M. and Goodarzi, M. (2009).The Holding Knowledge & Innovation Based Companies, Transformation in Medical Sciences & Economic Growth, *Hakim Research Journal*, Vol. 12, No. 3, pp. 10- 17(in Persian).
38. Tellis, G. J., Prabhu, J. C., & Chandy, R. K. (2009). Radical innovation across nations: The preeminence of corporate culture. *Journal of Marketing*, 73(1), 3–23.
39. Wang, Zhining; Wang, Nianxin,(2012), Knowledge sharing, innovation and firm performance, *Expert Systems with Applications*,39, 8899–8908.
40. Weerawardena, J., (2003). The role of marketing capability in innovation based competitive strategy. *Journal of Strategic Marketing* 11 (1), 15–36.
41. Vaccaro, A., Parente, R., Veloso, F. M. (2010). *Knowledge Management Tools, Inter organizational Relationships, Innovation and Firm Performance*, Technological Forecasting Social Change, 32, 34-20.
42. Yonghong, Z., Zigang, Z., Kaijin, L., (2005). Impact of technological innovation on growth trajectory of enterprise's technological capability: a theoretical analysis. *Singapore Management Review* 27 (2), 81–101.
43. Zheng, W., Yang, B., & McLean, G. (2010). Linking organizational culture, structure, strategy, and organizational effectiveness: Mediating role of knowledgemanagement. *Journal of Business Research*, 63, 763–771.
27. Kim,D.Y,Kumar,V,Kumar,U,(2012), Relationship between quality management practices and innovation,*Journal Of Operation Management*30,295-315.
28. Liao, Y. (2011). *The effect of human resource management control systems on the relationship between knowledge management strategy and firm performance*, *International Journal of Manpower*, 32, 494-511.
29. Mumford, M.D., Scott, G. M., Gaddis, B., & Strange, J. M. (2002). Leading creative people: Orchestrating expertise and relationships. *Leadership Quarterly*, 13(6), 705–750.
30. Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company: How Japanese companies createthe dynamics of innovation*. New York: Oxford University Press.
31. Nonaka, I., & Konno, N. (1998). *The concept of “ba”: Building a foundation for knowledge creation*. *California Management Review*, 40(3), 40–54.
32. O'Reilly, C. A., III, Chatman, J., & Caldwell, D. F. (1991). People and organizational culture: A profile comparison approach to assessing person-organization fit. *Academy of Management Journal*, 34(3), 487–516.
33. Parlbly, D., & Taylor, R. (2000). *The power of knowledge: a business guide to knowledge management* [Online]. Cited 2000-10-31. Available: <http://www.kpmgconsulting.com/index.html>.
34. Rosenbusch, N., Brinckmann, J., & Bausch, A. (2011). Is innovation always beneficial? A meta-analysis of the relationship between innovation and performance in SMEs, *Journal of Business Venturing* Vol 26, No. 4, pp. 441–457.

