فصلنامه رویکردهای پژوهشی نو در علوم مدیریت
Journal of New Research Approaches in Management Science
سال دوم. شماره دوازدهم. تابستان ۱۳۹۸، صص۲۱۸-۲۰۳ Vol 2. No 12. 2019, p 203-218
شماره شاپا (۲۵۸۸-۵۵۶۱) ISSN: (2588-5561)

ارزیابی رابطه میان مولفه‌های مدیریت دانش با نوآوری و عملکرد شرکت توزیع نیروی برق استان فارس در سال ۱۳۹۷

اسلام بکتاش
دانش آموخته رشته مدیریت اجرایی گرایش استراتژیک
دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات بوشهر، ایران

چکیده

مدیریت دانش ارتقای یک رویکرد جامع برای شناسایی، تسخیر، بازیافتن، تسهیم و ارزشیابی یک سرمایه اطلاعاتی سازمان است و بر ابعاد مختلف سازمان تاثیر می‌گذارد. هدف از تحقیق حاضر بررس رابطه میان مولفه‌های مدیریت دانش با نوآوری سازمانی می‌باشد. جامعه هدف مطالعه حاضر، شرکت برق منطقه ای فارس می‌باشد. که ۲۶۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب گردیده است و اطلاعات از طریق پرسشنامه استاندارد جمع‌آوری گردیده است. این تحقیق از نظر هدف کاربردی است و همچنین از روش همبستگی برای آزمون فرضیه‌ها استفاده شده است. نتایج حاصل نشان داده است که که از میان مولفه‌های مدیریت دانش، مولفه کسب دانش با ضریب همبستگی ۳۳. ۷ درصد؛ مولفه انتقال دانش با ضریب همبستگی ۱۵. ۴؛ مولفه خلق دانش با ضریب همبستگی ۲۰. ۷ و مولفه کاربرد دانش با ضریب همبستگی ۳۴. ۲ رابطه مثبت و معنی داری با نوآوری سازمانی دارد. در حالیکه مولفه حفظ دانش رابطه معنی داری با نوآوری سازمان ندارد. همچنین از دیدگاه کارکنان شرکت برق منطقه‌ای فارس، تمامی مولفه‌های مدیریت دانش در سازمان مذکور از وضعیت نسبتا مطلوبی برخوردار است. بطوریکه میانگین ارزش کسب شده برای متغیرها عبارت است از: کسب دانش برابر با ۳. ۱۳؛ حفظ دانش برابر با ۳. ۰۹؛ انتقال دانش ۳. ۱۱؛ خلق دانش ۳. ۱۳؛ کاربرد دانش ۳. ۲۹ و در نهایت نوآوری سازمانی برابر با ۳. ۳۲ بوده است.

واژه‌های کلیدی: مدیریت دانش، نوآوری سازمانی، خلق دانش، انتقال دانش، کسب دانش، حفظ دانش، کاربرد دانش

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

مقدمه

هدف از فصل اول، بیان کلیات پژوهش می‌باشد، از این رو پس طرح مسئله و بیان سوال اصلی تحقیق به ضرورت و اهمیت انجام مطالعه حاضر پرداخته شده است. در ادامه اهداف و فرضیه‌های مبتنی بر مدل آورده شده است. در نهایت با بیان کوتاهی از مراحل اجرای تحقیق به ارائه مدل مفهومی و معرفی متغیرها پرداخته شده است.

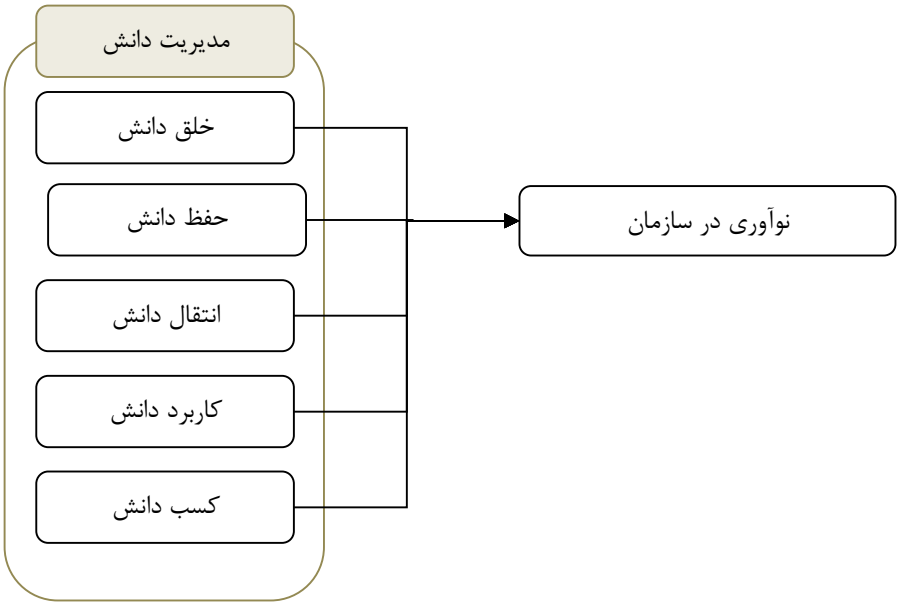
نوآوری به عنوان عامل مهم و حیاتی برای سازمان‌ها به منظور ایجاد ارزش و مزیت رقابتی پایدار است. سازمان ها با نوآوری بیشتر، در پاسخ به محیط‌های متغیر و ایجاد و توسعه قابلیت‌های جدیدی که به آنها اجازه دهد به عملکرد بهتری برسند، موفق تر خواهند بود. ولی این فرآیند کاملا پیچیده است و مستلزم مدیریت موثر و کارآمد در بسیاری از فعالیت‌های مختلف است (طالقانی و همکاران، ۱۳۹۱ : ۱۵۳). مدیریت دانش عنصر اصلی و مرکزی در فرآیند مدیریت است، سازمان ها را قادر می‌سازد تا به طور مداوم تخصص سازمانی خود را به محصولات یا خدمات تبدیل کنند. با کاربرد موثر دانش، افراد ممکن است اشتباهات کمتری کنند یا کارایی خود را بهبود دهند و دوباره کاری یا کاراضافی را کاهش دهند و در نهایت قادر به ایجاد فرآیندها یا سیستم های مدیریتی نوآورانه تر شوند. سازمان ها با قابلیت مدیریت دانش، نوآوری بیشتری دارد. در حقیقت تاثیر دانش از طریق ایجاد تفکرات جدید در تولید و نوآوری های عمومی می باشد. دانش برای سازمان به تنها یی منبع مهمی نیست، بلکه در قلب مدیریت دانش، نوآوری را جستجو کرد، زیرا مزیت رقابتی پایدار در نوآوری پنهان است (صفرزاده و همکاران، ۱۳۹۱ : ۸۰). تحقیقات نشان داده مدیریت دانش از طریق ایجاد یک فرهنگ مفید و ارزشمند برای ایجاد و تسهیم دانش و همچنین ایجاد فرهنگ همکاری در سازمان ها نقش مهمی را در فرآیند نوآوری ایفا می کند. محققان برنقش محوری مدیریت دانش به خصوص در ایجاد یک محیط کاری داخلی که خلاقیت و نوآوری را حمایت می کند تاکید کرده اند. نتایج حاکی از آن است که رابطه مثبت و معنی داری بین مدیریت دانش و عملکرد نوآوری در سازمان ها وجود دارد (میرفخرالدین و همکاران، ۱۳۸۹، ۱۰۵). در سال‌های اخیر با ظهور اقتصاد دانش محور نوآوری در شرکت توزیع نیروی برق استان فارس نقش مهمی در تحول ساختارهای اقتصادی و اجتماعی پیدا کرده است. به گونه ای که نوآوری یکی از مزیت های اصلی برای بهبود خدمات ارائه شده مطرح می باشد و سبب بهبود عملکرد سازمانی خواهد شد. مدیریت دانش به عنوان عامل تولید ایده‌های نو و بدیع در سازمان مورد توجه قرار گفته است.

با توجه به ضرورت استقرار مدیریت دانش مسئله تحقیق حاضر اینست در شرکت توزیع نیروی برق استان فارس نوآوری سازمانی با به کارگیری مولفه های مدیریت دانش به طور کامل محقق نیافته است. از اینرو در این تحقیق درصدد تبیین ارتباط مولفه های مدیریت دانش با نوآوری سازمانی هستیم.

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

چارچوب نظری

چارچوب نظری پایه ای است که تمام تحقیق بر روی آن تکیه می‌کند. یک شبکه منطقی، توسعه یافته، توصیف شده و کامل بین متغیرهایی است که از طریق فرایندهایی مانند مصاحبه، مشاهده و بررسی ادبیات موضوع پیشینه‌ی تحقیق مشخص شده‌اند. این متغیرها با مساله تحقیق در ارتباط است. یک چارچوب نظری خوب، متغیرهایی مهم و موثر در شرایط مربوط به مساله ای تعریف شده را شناسایی و نشان می‌دهد و ارتباط بین متغیرها را به صورتی منطقی توصیف می‌کند. (خاکی، ۱۳۸۹ : ۳۲). چارچوب نظری بیانگر روابط حاکم بر متغیرهای مستقل و وابسته بر اساس ادبیات موضوعی می باشد. چارچوب نظری تحقیق حاضر برگرفته از مدل سدرا و گبل[1](۲۰۱۰) می‌باشد. براساس مسئله مطرح شده، مدل مفهومی تحقیق حاضر به شرح نمودار زیر می باشد:



مدل مفهومی تحقیق ؛ منبع: sedra and gable, 2010

تعاریفی از دانش

دانش، شامل حقایق و باورها، مفاهیم و اندیشه ها، قضاوت‌ها و انتظارات، متدولوژی (روش شناسی) یا علم اصول و نحوه انجام فنون است دانش ایده‌ها، فهم‌ها و درس‌های آموخته شده ما در طول زمان است. درس‌ها و ایده‌هایی که باکنار هم نهادن اطلاعات دریافتی از منابع مختلف و درگذر زمان به آن دست یافته‌ایم. (افرازه، ۱۳۹۶ : ۱۶).

1. sedra and gable

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

اضافه کردن درک و حافظه به اطلاعات، موجب توسعه طبیعی پس از اطلاعات می‌گردد .خلاصه سازی هر چه بیشتر (انباشت) اطلاعات اولیه به دانش منجر می‌شود. دانش را در این حالت می توان بینشهای حاصل از اطلاعات و داده هایی تعریف کرد که می‌تواند به روشهای مختلف و در شرایط گوناگون موثر و قابل تقسیم باشد. دانش به حداقل رساندن جمع آوری وخواندن اطلاعات است، نه افزایش دسترسی به اطلاعات. دانش کارآمد کمک می‌کند تا اطلاعات و داده های ناخواسته حذف شوند. دانش یک ادراک و فهم است که از طریق تجربه، استدلال، درک مستقیم و یادگیری حاصل می‌شود (نوروزیان، ۱۳۹۰ : ۲۵).

مفاهیم مدیریت دانش

در راستای تعریف مدیریت دانش تاکنون تعاریف زیادی صورت گرفته است که مختصراً در ذیل به آنها اشاره می‌گردد.

پرز (۱۹۹۹) معتقد است: مدیریت دانش عبارت است از گردآوری دانش، قابلیت های عقلانی وتجربیات افراد یک سازمان وایجاد قابلیت بازیابی برای آن ها به عنوان یک سرمایه سازمانی.

سازمان‌ها با توسعه و تجدید ساختار دانش قبلی و کنونی با روشهای مختلف به خلق واقعیت‌ها و مفاهیم جدید می‌پردازند. ایجاد دانش فرآیند مهمی است که در آن انگیزه، تلقین، تجربه و شانس، نقش مهمی ایفا می‌کنند.

معیار ارزیابی در مفید بودن دانش معمولا مشخص نیست. در عین حال، اگر سازمانی دانش را در کارها و فعالیتهای رایج خود مفید دانست، باید ترتیبی اتخاذ نماید که گروه‌های کاری بتوانند به سنجش و ارزیابی دانش بپردازند. مدیریت دانش ارتقای یک رویکرد جامع برای شناسایی، تسخیر، بازیافتن، تسهیم و ارزشیابی یک سرمایه اطلاعاتی سازمان است. این سرمایه اطلاعاتی ممکن است، داده ها، اسناد، خط مشی و رویه ها باشد. در کل مدیریت دانش فرآیندی است که طی آن سازمان به تولید ثروت از دانش و یا سرمایه فکری خود می‌پردازد (موحد زاده، ۱۳۸۷: ۱۶).

مدیریت دانش با تبدیل سرمایه های انسانی خود به دارایی‌های فکری سازمان یافته، برای سازمان ایجاد ارزش می‌کند.

مدیریت دانش، به کارگیری سرمایه فکری برای تفوق سازمان در رقابت با سازمان های همتا، همچنین پاسخ های نوآورانه ای برای چالش‌های جدید و اهرمی برای عمل و یک میانجی است (علاقه بند، ۱۳۹۱: ۳۶).

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

عناصر مدیریت دانش

عناصر مدیریت دانش عبارتند از:

فرد: کارگر دانشی، واحد اصلی ایجاد، ذخیره و استفاده از دانش در سازمان است.

گروه: شبکه‌ها (رسمی و غیر رسمی)، از نظر دانش، سرمایه مهمی هستند که معمولا غیر عینی هستند. گروه‌ها متشکل از کارکنانی هستند دارای تجربیات مشترک که معمولا سرمایه فزاینده‌ای از دانش را به وجود می‌آورند.

سازمان: کل سازمان می‌تواند به صورت نهادی نگریسته شود، که نتایج مجموعه‌ای از دانش را تجسم می‌بخشد.

اصول مدیت دانش

مدیریت دانش خود به خود در سازمان‌ها شکل نمی‌گیرد و زمینه و مهارت‌های خاصی را می‌طلبد بعضی از سازمان‌ها ممکن است وظیفه اجرای مدیریت دانش را به کارکنان یا مدیران خود تفویض کنند. البته این تعامل و به کارگیری نیروها در این امر می‌تواند اثر بخشی را بالا ببرد. درزیر به مواردی از اصول مدیریت دانش اشاره می‌شود:

سرمایه گذاری: دانش یک دارایی محسوب می‌شود که برای اثربخشی آن باید در بخش‌های دیگر آن نیز سرمایه گذاری کرد. به عنوان مثال سرمایه گذاری در بحث آموزش کارکنان.

رابطه میان انسان و تکنولوژی: اطلاعات و داده‌ها ازطریق انسان‌ها به رایانه داده شده و رایانه سریعا آن را پردازش می‌کند. حال این داده‌ها در ذهن انسان است که به رایانه انتقال داده می‌شود. از آنجا که دانش مبتنی برداده‌ها و اطلاعات است این دو در ارتباط با هم می‌توانند موثر باشند.

مدیران دانشی: مدیران با ارزش گذاشتن بر دانش افراد می‌توانند دانش نهفته را جذب کنند.

دستیابی به دانش: دانش را باید به کار گرفت و در فرآیندهای سازمانی وارد کرد، به گونه‌ای که منجر به بهبود عملکرد سازمانی شود. (اکرم و همکاران، ۲۰۱۱ : ۱۶)

چهار عامل ذکر شده در بالا جزء مهمترین اصول در مدیریت دانش به حساب می‌آیند، حال آنکه عوامل دیگری از قبیل آموزش، مدیریت کنترل زمان بر بودن، ثمر بخش بودن، نگاه فرآیندی داشتن به مدیریت دانش نه نگاه ابزاری به آن، نیز اهمیت دارند. با توجه به همه این موارد می‌توان گفت که مدیریت دانش به تعهد دراز مدت از جانب مدیران ارشد، کارکنان متعهد و آموزش دیده و در نهایت به استفاده مناسب از فن آوری اطلاعات نیازدارد (فاتحی، ۱۳۹۰ : ۲۳).

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

مفهوم خلاقیت و نوآوری

خلاقیت به کارگیری توانایی های ذهنی برای ایجاد یک فکر یا مفهوم جدید است .خلاقیت به معنای توانایی ترکیب ایده‌ها در یک روش منحصر به فرد یا ایجاد پیوستگی بین ایده هاست.

خلاقیت بر خلق چیز نو دلالت دارد. خلاقیت یک فرآیند انسانی است که به نتیجه نو و مفید (حل مشکلات فعلی یا برآورده ساختن یک نیاز) می انجامد. نوآوری به کارگیری ایده های نوین ناشی از خلاقیت است که می تواند یک محصول جدید، خدمت جدید یا راه حل جدید انجام کارها باشد. (عبدالکریمی، ۱۳۸۵ : ۱۶).

نوآوری فرآیند ادراک یا ایجاد دانش مربوط و تبدیل آن به محصولات و خدمات بهبود یافته و یا جدید، برای افرادی که خواهان آن ها هستند، می باشد.

نوآوری فرآیند اخذ ایده خلاق و تبدیل آن به محصول، خدمات و روش های جدید عملیات است. نوآوری استعداد و توانایی تغییر یا انطباق را به وجود می آورد.

بهره برداری + نوآفرینی+ استنباط= نوآوری[1]

در تعریف فوق مفهوم کلمه استنباط به معنی دستیابی به ایده های نو با توجه به بعضی از چهارچوب‌های مرجع ذهنی می باشد. کلمه نوآفرینی به هر ایده جدیدی که قابلیت تبدیل به واقعیت را داشته باشد، دلالت دارد و کلمه بهره برداری به استفاده از نوآفرینی اشاره دارد (عبدالکریمی، ۱۳۸۵).

همانطور که از تعاریف فوق استنباط می‌شود، خلاقیت لازمه نوآوری است و تحقیق نوجویی وابسته به خلاقیت است. اگرچه در عمل نمی‌توان این دو را از هم متمایز ساخت ولی می‌توان تصور کرد که خلاقیت بستر رشد و پیدایی نوآوری ها است. گاهی ایده‌ها و اندیشه‌های نو از ذهن فرد تراوش می‌کند و در سال های بعد آن اندیشه نو به وسیله فرد دیگری به صورت نوآوری در محصول یا خدمت متجلی می‌گردد. (لیائو و همکاران، ۲۰۱۰ : ۱۸)

اصول نوآوری

برخی از مهمترین اصول نوآوری عبارتند از:

همه ایده‌ها ظریف و ارزشمند هستند بنابراین سزاوار است محیطی فراهم نمود که همه ایده‌ها شکوفا و پرورش یابند.

مبتکر ایده برای ارتقاء و پرورش ایده به کمک نیاز دارد به عبارتی ایده مبتکر باید توسط یک حامی مورد پشتیبانی قرار گیرد.

محصولات نوآورانه جدید برای بقای شرکت لازم و ضروری است.

مبتکران ایده، عامل اصلی و اساسی رشد شرکت هستند.

---

1. Innovation=conception +invention+exploitation

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

پیشینه تحقیق

مطالعات داخلی

- ابراهیمی (۱۳۹۲) در مقاله‌ای تحت عنوان "مدیریت دانش در سازمان‌های دولتی و غیر دولتی "به این نتیجه رسده است که در عصر اطلاعات، برای حضور مستمر و پایدار سازمان‌ها در دنیای تجارت و رقابت حضور مستمر و پایدار باید حول محور علم و دانش فعالیت کنند. لذا بیش از هرچیز کارکنان به عنوان صاحبان دانش و مهمترین سرمایه سازمان ها مورد توجه قراردارند. مدیریت دانش همانند ابزاری که دانش کنونی را جمع آوری نموده نظم داده و در مجموع سازمان پراکنده نماید، اهمیت یافته است. مدیریت دانش می‌تواند بایکپارچه سازی سرمایه‌های دانشی سازمان‌های دولتی و بخش خصوصی و با تأثیر گذاری بر مدیران وتصمیم گیران از طریق باز طراحی فرایندها، تولید دانش جدید و تبدیل دانش ضمنی به صریح، زمینه ارتقای سطح فعالیت ها و رسیدن به اهداف مورد نظر را به همراه داشته باشد.

- طالقانی و همکاران (۱۳۹۰) در مقاله ای تحت عنوان" رابطه بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی در یک شرکت بیمه " به بررسی اثرگذاری مولفه‌های استقرار مدیریت دانش پرداخته است. نتایج ضریب همبستگی رتبه ای اسپیرمن نشان داد که شاخص‌های خلق دانش، حفظ دانش، انتقال دانش و کاربرد دانش با نوآوری سازمانی رابطه معنی داری دارند. بیشترین میزان ضریب همبستگی در خصوص پیش بینی نوآوری سازمانی مربوط به متغیر کاربرد دانش با ضریب ۰. ۸۷و کمترین میزان ضریب همبستگی مربوط به متغیر حفظ دانش با میزان ۰. ۶۵ بوده است.

- ودادی و عبدالعلیان (۱۳۹۰) مقاله ای تحت عنوان "بررسی رابطه میان مدیریت دانش و نوآوری سازمانی در منابع انسانی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران" انجام داده است. در این پژوهش مدیریت دانش با ابعادخلق، ذخیره، انتقال و کاربرد دانش و همچنین نوآوری سازمانی نیز با ابعاد نوآوری فرهنگی، نوآوری ساختاری و نوآوری منابع انسانی سنجیده شده است. یافته های تحقیق نشان می‌دهد که بین مدیریت دانش و ابعاد سخت و نرم آن و نوآوری سازمانی رابطه مثبت وجود دارد. مدیریت دانش با ابعاد سه گانه نوآوری سازمانی نیز رابطه مثبت دارد. یافته ها همچنین نشان می دهد که نوآوری سازمانی و ابعاد سه‌گانه آن در جامعه مورد بررسی، در سطح مورد انتظار قرار ندارد. بین ابعاد چهارگانه مدیریت دانش، بعد "کاربرد دانش" بیشترین تاثیر را بر نوآوری سازمانی داشته است.

- میرفخرالدینی و همکاران (۱۳۸۹) در مقاله ای تحت عنوان" مدیریت دانش، نوآوری دانش و عملکرد نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط "به ارزیابی و الویت بندی مولفه‌های مدیریت دانش، مرتبط با نوآوری دانش وعملکرد نوآور پرداخته است .لذا برای این منظور از آزمون همبستگی و رگرسیون استفاده شده است، سپس بااستفاده از تکنیک تاپسیس مهمترین مولفه‌های تاثیر گذار مدیریت دانش رتبه‌بندی شدند. نتایج حاصل ازتحقیق نشان می‌دهد که ارتباط مثبت و معنی دار میان نوآوری دانش و مدیریت دانش، همچنین میان مدیریت دانش و عملکرد نوآور وجود دارد.

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

- محمدی و طبری (۱۳۸۷) در مقاله ای تحت عنوان "خلاقیت و نوآوری در سازمان "مطالعات و تحقیقاتی را انجام داده اند آنها بعد از اتمام تحقیقات خود به این نتیجه رسیده‌اند که همه سازمان‌ها برای ماندگاری نیازمند اندیشه های نو و نظریه‌های بدیع و تازه‌اند. افکار و نظریه‌های جدید، مانند روحی در کالبد سازمان دمیده می‌شودو آن را از نیستی، نجات می‌دهد. برای آنکه بتوان در دنیای متلاطم و متغیر امروز به حیات ادامه داد باید به نوآوری و خلاقیت روی آورد و ضمن شناخت تغییرات و تحولات محیط برای رویارویی با آنها، پاسخ های بدیع و تازه تدارک دید و همراه تاثیر پذیری از این تحولات بر آنها تاثیر نهاد و بدان‌ها شکل دلخواه را داد.

مطالعات خارجی

- سدرا و گبل[1](۲۰۱۰) در مقاله‌ای تحت عنوان "مدیریت دانش و موفقیت شرکت" به بررسی مفهوم مدیریت دانش به عنوان یک شاخص اندازه گیری پرداخت است. در این مطالعه ۳۱۰ نفر از ۲۷ سازمان به عنوان نمونه انتخاب شده است. نتایج تحقیق نشان داده است رابطه مثبت و معنی داری میان ابعاد مدیریت دانش و موفقیت سازمان وجود دارد.

- لئو و وو[2](۲۰۱۰) در مقاله ای تحت عنوان" چشم انداز مدیریت دانش، یادگیری سازمانی و نوآوری سازمانی "با استفاده از ۳۲۷ پرسشنامه در سال ۲۰۰۷، رابطه میان مدیریت دانش با یادگیری سازمانی و نوآوری را با استفاده از معادلات ساختاری مورد تجزیه و تحلیل قرار داده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که یادگیری سازمانی متغیر واسطه میان مدیریت دانش و نوآوری سازمانی می‌باشد. در این فرآیند مدیریت دانش همانند یک سیستم، نقش درون داد، یادگیری سازمانی نقش فرایند و نوآوری نقش برون داد را ایفا می‌کند. از این رو در یک سیستم، مدیریت دانش یک متغیر ورودی کلیدی، یادگیری سازمانی فرآیند کلیدی و نوآوری سازمانی متغیر خروجی کلیدی است.

- اسچرودر و پائولین[3](۲۰۰۷) در پژوهشی تحت عنوان "حاکمیت مدیریت دانش و تاثیر دانش" پرداخته‌اند. هدف از این پژوهش بررسی میزان تاثیر مدیریت دانش یک سازمان و تحقیق در مورد تاثیر آن بر توسعه مدیریت دانش بود. آنها تحقیقاتی را در این زمینه انجتم دادند. نتایج پژوهش بیانگر اهمیت ساختار متمرکز مدیریت دانش برای خلق هم افزایی میان جنبه های مختلف مدیریت دانش بوده است. همچنین این تحقیق اهمیت رهبری، اتباطات و همکاری را در ارتقاء مدیریت دانش آشکار نموده است.

- ترزا و همکاران[4](۲۰۰۶)، با ارائه مدلی به بررسی رابطه بین مشخصه‌های دانش، ادغام دانش، یادگیری سازمانی، ظرفیت مدیریت دانش و نوآوری پرداختند. آنها در تحقیقات و مطالعات خود به این نتیجه

1. Sedera & Gable
2. Liao and wu
3. Schroeder & Pauleen
4. Teresa et al.

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

رسیدند که مشخصه‌های دانش باعث افزایش یادگیری سازمانی و ادغام دانش می‌شود. علاوه بر این، سطوح یادگیری سازمانی، ادغام دانش و ظرفیت مدیریت دانش اثر معنی داری بر نوآوری یک شرکت دارند.

داروچ[1](۲۰۰۵) در تحقیقی تحت عنوان" مدیریت دانش، نوآوری و عملکرد موسسه"تحقیقاتی به انجام رسانده است. براساس یافته‌های پژوهش وی رابطه مثبتی بین هر سه مولفه کسب دانش، انتشار دانش، و پاسخگویی به دانش با نوآوری وجود دارد. پژوهشگر چنین استدلال می‌کند که اگر چه دانش به خودی خود یک منبع است اما مدیریت دانش افراد درون موسسه را قادر می‌سازد تا بهره بیشتری از سایر منابع موجود در موسسه بگیرد و درنهایت افراد نوآوری باشند.

آزمون فرضیه های تحقیق

فرضیه ۱: رابطه معنی داری میان کسب دانش و نوآوری سازمانی وجود دارد.

H0: رابطه معنی داری میان کسب دانش و نوآوری سازمانی وجود ندارد.

H1: رابطه معنی داری میان کسب دانش و نوآوری سازمانی وجود دارد.

ضریب همبستگی بین کسب دانش و نوآوری سازمانی

		کسب دانش	نوآوری سازمانی
کسب دانش	ضریب همبستگی اسپیرمن	۱	۳۳۷ .۰**
	سطح معنی داری		۰/۰۰۰
	تعداد	۲۶۰	۲۵۷
نوآوری سازمانی	ضریب همبستگی اسپیرمن	۳۳۷ .۰**	۱
	سطح معنی داری	۰/۰۰۰	
	تعداد	۲۵۷	۲۵۷

** ضریب همبستگی در سطح ۰/۰۱ (۲طرفه) معنی دار است

1. Darroch

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

متغیر ها	تعداد	میزان ضریب همبستگی	سطح معنی داری	نتیجه
کسب دانش و نوآوری سازمانی	۲۶۰	۷ .۳۳ درصد	۰/۰۰۰	رد فرضیه

به جهت غیرنرمال بودن توزیع متغیرهای کسب دانش و نوآوری سازمانی در نمونه از ضریب همبستگی اسپیرمن جهت آزمون این فرضیه استفاده شد. با توجه به جدول (۴-۱۴) مشاهده می‌شود که مقدار سطح معنی داری (Sig) بدست کوچکتر از ۰/۰۱ می‌باشد. لذا با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان گفت که فرضیه تحقیق تایید و این رابطه معنادار می باشد. همچنین بر اساس این جدول می توان گفت شدت همبستگی بین دو متغیر کسب دانش و نوآوری سازمانی ۳۳/۷ + درصد می باشد که بیانگر رابطه مستقیم بین دو متغیر است. ازسویی ضریب تعیین بین دو متغیر نیز برابر با ۰/۱۱۳ می‌باشد که نشان می دهد متغیر کسب دانش می‌تواند به میزان ۱۱/۳ درصد نوآوری سازمانی را پیش بینی کند.

فرضیه ۲: رابطه معنی داری میان خلق دانش و نوآوری سازمانی وجود دارد.

H0: رابطه معنی داری میان خلق دانش و نوآوری سازمانی وجود ندارد.

H1: رابطه معنی داری میان خلق دانش و نوآوری سازمانی وجود دارد.

ضریب همبستگی بین خلق دانش و نوآوری سازمانی

		خلق دانش	نوآوری سازمانی
خلق دانش	ضریب همبستگی اسپیرمن	۱	۰/۲۰۷**
	سطح معنی داری		۰/۰۰
	تعداد	۲۵۹	۲۵۷
نوآوری سازمانی	ضریب همبستگی اسپیرمن	۰/۲۰۷**	۱
	سطح معنی داری	۰/۰۰	
	تعداد	۲۵۷	۲۵۷

** ضریب همبستگی در سطح ۰/۰۱ (۲طرفه) معنی دار است

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

متغیر ها	تعداد	میزان ضریب همبستگی	سطح معنی داری	نتیجه
خلق دانش و نوآوری سازمانی	۲۶۰	۰.۲۰ ۷درصد	۰/۰۰	تائید فرضیه

به جهت غیرنرمال بودن توزیع متغیرهای خلق دانش و نوآوری سازمانی در نمونه از ضریب همبستگی اسپیرمن جهت آزمون این فرضیه استفاده شد. با توجه به جدول (۴-۱۵) مشاهده می‌شود که مقدار سطح معنی داری (Sig) بدست کوچکتر از ۰/۰۱ می‌باشد. لذا با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان گفت که فرضیه تحقیق تایید و این رابطه معنادار می باشد. همچنین بر اساس این جدول می توان گفت شدت همبستگی بین دو متغیر خلق دانش و نوآوری سازمانی ۲۰/۷ + درصد می باشد که بیانگر رابطه مستقیم بین دو متغیر است. ازسویی ضریب تعیین بین دو متغیر نیز برابر با ۰/۰۴۲ می‌باشد که نشان می دهد متغیر خلق دانش می‌تواند به میزان ۴/۲ درصد نوآوری سازمانی را پیش بینی کند.

فرضیه ۳: رابطه معنی داری میان حفظ دانش و نوآوری سازمانی وجود دارد.

H0: رابطه معنی داری میان حفظ دانش و نوآوری سازمانی وجود ندارد.

H1: رابطه معنی داری میان حفظ دانش و نوآوری سازمانی وجود دارد.

ضریب همبستگی بین مولفه‌ی حفظ دانش و نوآوری سازمانی

		حفظ دانش	نوآوری سازمانی
حفظ دانش	ضریب همبستگی اسپیرمن	۱	۰/۰۷۲**
	سطح معنی داری		۰/۲۵۱
	تعداد	۲۵۹	۲۵۷
نوآوری سازمانی	ضریب همبستگی اسپیرمن	۰/۰۷۲**	۱
	سطح معنی داری	۰/۲۵۱	
	تعداد	۲۵۷	۲۵۷

** ضریب همبستگی در سطح ۰/۰۱ (۲طرفه) معنی دار است

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

متغیر ها	تعداد	میزان ضریب همبستگی	سطح معنی داری	نتیجه
حفظ دانش و نوآوری سازمانی	۲۶۰	۷/۲ درصد	۰/۲۵۹	رد فرضیه

به جهت نرمال بودن توزیع هر دو متغیر در نمونه از ضریب همبستگی پیرسن جهت آزمون این فرضیه استفاده شد. با توجه به جدول(۴-۱۶) مشاهده می شود که مقدار سطح معنی داری (Sig) بدست بزرگتراز ۰/۰۱ می‌باشد. لذا با اطمینان ۹۹ درصد می توان گفت که فرضیه تحقیق رد و این رابطه معنادار نمی‌باشد.

فرضیه ٤ : رابطه معنی داری میان انتقال دانش و نوآوری سازمانی وجود دارد.

H0: رابطه معنی داری میان انتقال دانش و نوآوری سازمانی وجود ندارد.

H1: رابطه معنی داری میان انتقال دانش و نوآوری سازمانی وجود دارد.

جدول ٤-۱۷) ضریب همبستگی بین انتقال دانش و نوآوری سازمانی

		انتقال دانش	نوآوری سازمانی
انتقال دانش	ضریب همبستگی اسپیرمن	۱	۰/۱۵۴*
	سطح معنی داری		۰/۰۱۳
	تعداد	۲۵۹	۲۵۷
نوآوری سازمانی	ضریب همبستگی اسپیرمن	۰/۱۵۴*	۱
	سطح معنی داری	۰/۰۱۳	
	تعداد	۲۵۷	۲۵۷

* ضریب همبستگی در سطح ۰/۰۱ (۲طرفه) معنی دار است

متغیر ها	تعداد	میزان ضریب همبستگی	سطح معنی داری	نتیجه
انتقال دانش و نوآوری سازمانی	۲۵۷	۱۵/۴ درصد	۰/۰۱	تایید فرضیه

به جهت غیرنرمال بودن توزیع متغیرهای انتقال دانش و نوآوری سازمانی در نمونه از ضریب همبستگی اسپیرمن جهت آزمون این فرضیه استفاده شد. با توجه به جدول (۴-۱۷) مشاهده می‌شود که مقدار سطح معنی داری (Sig) بدست کوچکتر از ۰/۰۱ می‌باشد. لذا با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان گفت که فرضیه

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

تحقیق تایید و این رابطه معنادار می‌باشد. همچنین بر اساس این جدول می‌توان گفت شدت همبستگی بین دو متغیر انتقال دانش و نوآوری سازمانی ۱۵/۴ + درصد می‌باشد که بیانگر رابطه مستقیم بین دو متغیر است. ازسویی ضریب تعیین بین دو متغیر نیز برابر با ۰/۰۲۳ می‌باشد که نشان می دهد متغیر انتقال دانش می‌تواند به میزان ۲/۳ درصد نوآوری سازمانی را پیش بینی کند.

فرضیه ۵ : رابطه معنی داری میان کاربرد دانش و نوآوری سازمانی وجود دارد.

H0: رابطه معنی داری میان کاربرد دانش و نوآوری سازمانی وجود ندارد.

H1: رابطه معنی داری میان کاربرد دانش و نوآوری سازمانی وجود دارد.

جدول ٤-١٨) ضریب همبستگی بین کاربرد دانش و نوآوری سازمانی

		کاربرد دانش	نوآوری سازمانی
کاربرد دانش	ضریب همبستگی اسپیرمن	۱	۰/۳۴۲*
	سطح معنی داری		۰/۰۰
	تعداد	۲۵۶	۲۵۷
نوآوری سازمانی	ضریب همبستگی اسپیرمن	۰/۳۴۲*	۱
	سطح معنی داری	۰/۰۰	
	تعداد	۲۵۷	۲۵۷

* ضریب همبستگی در سطح ۰/۰۱ (۲طرفه) معنی دار است

متغیر ها	تعداد	میزان ضریب همبستگی	سطح معنی داری	نتیجه
کاربرد دانش و نوآوری سازمانی	۲۶۰	۳۴/۲ درصد	۰/۰۰	تایید فرضیه

به جهت غیرنرمال بودن توزیع متغیرهای کاربرد دانش و نوآوری سازمانی در نمونه از ضریب همبستگی اسپیرمن جهت آزمون این فرضیه استفاده شد. با توجه به جدول (۴-۱۸) مشاهده می‌شود که مقدار سطح معنی داری (Sig) بدست کوچکتر از ۰/۰۱ می باشد. لذا با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان گفت که فرضیه تحقیق تایید و این رابطه معنادار می‌باشد. همچنین بر اساس این جدول می‌توان گفت شدت همبستگی بین دو متغیر کاربرد دانش دانش و نوآوری سازمانی ۳۴/۲ + درصد می باشد که بیانگر رابطه مستقیم بین دو

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

متغیر است. ازسویی ضریب تعیین بین دو متغیر نیز برابر با ۰/۱۱۶ می‌باشد که نشان می‌دهد متغیر کاربرد دانش می تواند به میزان ۱۱/۶ درصد نوآوری سازمانی را پیش بینی کند.

نتایج بررسی فرضیات تحقیق

فرضیه ۱: رابطه معنی داری میان کسب دانش و نوآوری سازمانی وجود دارد.

مقدار سطح معنی داری (Sig) بدست کوچکتر از ۰/۰۱ می باشد. لذا با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان گفت که فرضیه تحقیق تایید و این رابطه معنادار می‌باشد. همچنین بر اساس این جدول می‌توان گفت شدت همبستگی بین دو متغیر کسب دانش و نوآوری سازمانی ۳۳/۷ + درصد می‌باشد که بیانگر رابطه مستقیم بین دو متغیر است.

نتیجه آزمون فرضیه اول با نتایج مطالعات طالقانی و همکاران (۱۳۹۰)، ودادی و عبدالعیان (۱۳۹۰)، میرفخرالدین و همکاران (۱۳۸۹)، علامه و زارع (۱۳۸۷)، اکرم و همکاران (۲۰۱۱) و سدرا و گبل (۲۰۱۰) همسو است.

فرضیه ۲: رابطه معنی داری میان خلق دانش و نوآوری سازمانی وجود دارد.

مقدار سطح معنی داری (Sig) بدست کوچکتر از ۰/۰۱ می‌باشد. لذا با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان گفت که فرضیه تحقیق تایید و این رابطه معنادار می‌باشد. همچنین بر اساس این جدول می‌توان گفت شدت همبستگی بین دو متغیر خلق دانش و نوآوری سازمانی ۲۰/۷ + درصد می باشد که بیانگر رابطه مستقیم بین دو متغیر است.

نتیجه آزمون فرضیه دوم با نتایج مطالعات طالقانی و همکاران (۱۳۹۰)، ودادی و عبدالعیان (۱۳۹۰)، میرفخرالدین و همکاران (۱۳۸۹)، علامه و زارع (۱۳۸۷)، اکرم و همکاران (۲۰۱۱) و سدرا و گبل (۲۰۱۰) همسو است.

فرضیه۳ : رابطه معنی داری میان حفظ دانش و نوآوری سازمانی وجود دارد.

مقدار سطح معنی داری (Sig) بدست بزرگتراز ۰/۰۱ می‌باشد. لذا با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان گفت که فرضیه تحقیق رد و این رابطه معنادار نمی باشد.

نتیجه آزمون فرضیه سوم با نتایج مطالعات طالقانی و همکاران (۱۳۹۰)، ودادی و عبدالعیان (۱۳۹۰)، میرفخرالدین و همکاران (۱۳۸۹)، علامه و زارع (۱۳۸۷)، اکرم و همکاران (۲۰۱۱) و سدرا و گبل (۲۰۱۰) مغایرت دارد.

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

فرضیه ٤ : رابطه معنی داری میان انتقال دانش و نوآوری سازمانی وجود دارد.

مقدار سطح معنی داری (Sig) بدست کوچکتر از ۰/۰۱ می‌باشد. لذا با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان گفت که فرضیه تحقیق تایید و این رابطه معنادار می‌باشد. همچنین بر اساس این جدول می‌توان گفت شدت همبستگی بین دو متغیر انتقال دانش و نوآوری سازمانی ۱۵/۴ + درصد می‌باشد که بیانگر رابطه مستقیم بین دو متغیر است.

نتیجه آزمون فرضیه چهارم با نتایج مطالعات طالقانی و همکاران (۱۳۹۰)، ودادی و عبدالعیان (۱۳۹۰)، میرفخرالدین و همکاران (۱۳۸۹)، علامه و زارع (۱۳۸۷)، اکرم و همکاران (۲۰۱۱) و سدرا و گبل (۲۰۱۰) همسو است.

فرضیه ٥ : رابطه معنی داری میان کاربرد دانش و نوآوری سازمانی وجود دارد.

مقدار سطح معنی داری (Sig) بدست کوچکتر از ۰/۰۱ می باشد. لذا با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان گفت که فرضیه تحقیق تایید و این رابطه معنادار می‌باشد. همچنین بر اساس این جدول می‌توان گفت شدت همبستگی بین دو متغیر کاربرد دانش و نوآوری سازمانی ۳۴/۲ + درصد می‌باشد که بیانگر رابطه مستقیم بین دو متغیر است.

نتیجه آزمون فرضیه پنجم با نتایج مطالعات طالقانی و همکاران (۱۳۹۰)، ودادی و عبدالعیان (۱۳۹۰)، میرفخرالدین و همکاران (۱۳۸۹)، علامه و زارع (۱۳۸۷)، اکرم و همکاران (۲۰۱۱) و سدرا و گبل (۲۰۱۰) همسو است.

نتیجه‌گیری

با توجه به نتایج آزمون فرضیه ها مشخص گردید که از میان مولفه‌های مدیریت دانش، مولفه کسب دانش با ضریب همبستگی ۳۳. ۷ درصد؛ مولفه انتقال دانش با ضریب همبستگی ۱۵. ۴؛ مولفه خلق دانش با ضریب همبستگی ۲۰. ۷ و مولفه کاربرد دانش با ضریب همبستگی ۳۴. ۲ رابطه مثبت و معنی داری با نوآوری سازمانی دارد. در حالیکه مولفه حفظ دانش رابطه معنی داری با نوآوری سازمان ندارد. همچنین از دیدگاه کارکنان شرکت توزیع نیروی برق استان فارس، تمامی مولفه‌های مدیریت دانش در سازمان مذکور از وضعیت نسبتا مطلوبی برخوردار است. بطوریکه میانگین ارزش کسب شده برای متغیرها عبارت است از: کسب دانش برابر با ۳. ۱۳؛ حفظ دانش برابر با ۳. ۰۹؛ انتقال دانش ۳. ۱۱؛ خلق دانش ۳. ۱۳؛ کاربرد دانش ۳. ۲۹ و در نهایت نوآوری سازمانی برابر با ۳. ۳۲ بوده است.

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

فهرست منابع و مآخذ

ـ افرازه، عباس(۱۳۹۶). مدیریت دانش مفاهیم، مدل ها، اندازه گیری، پیاده‌سازی، چاپ دوم، نشر مولف.

خاکی، غلامرضا (۱۳۸۹). روش تحقیق با رویکردی به پایان نامه نویسی، تهران: انتشارات بازتاب.

ـ صفرزاده، حسین، تدین، اعظم، حرمحمدی، مریم (۱۳۹۱). بررسی استراتژی‌های مدیریت دانش بر نوآوری و عملکرد سازمانی (مطالعه موردی مراکز بهداشتی و درمانی شمال فارس)، فصلنامه علمی پژوهشی دانشکده بهداشت یزد، شماره۱، شماره مسلسل ۳۴، صص ۸۶-۷۶.

ـ طالقانی، غلامرضا، انواری، علی، افتخاری، لیلا (۱۳۹۱). رابطه میان مدیریت دانش و نوآوری سازمانی در یک شرکت بیمه، پژوهشنامه بیمه، شماره ۱۰۵، صص ۱۷۱-۱۵۱

ـ عبدالکریمی، مهوش (۱۳۸۵). مدیریت دانش، فن‌آوری و خلاقیت نقش آن‌ها در بهبود کارایی و اثربخشی فرآیندها، کنفرانس توسعه منابع انسانی.

ـ علاقه بند، علی (۱۳۹۱). مدیریت عمومی، انتشارات فروزش، ویرییش سوم، چاپ بیست و پنجم.

ـ فاتحی، زمانعلی (۱۳۹۰). مدیریت دانش؛ مفاهیم، اصول، اهداف و مدل‌ها، بانک سپه، اداره تحقیقات و کنترل ریسک.

ـ موحدزاده، ایوب(۱۳۸۷). مدیریت دانش و سازمان‌های آموزشی، سایت الکترنیکی راهکارهای مدیریت.

ـ میرفخرالدینی، سیدحیدر، حاتمی نسب، سید حسن، طالعی فر، رضا، کنجکتو منفرد، امیررض (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین مدیریت دانش، نوآوری و عملکرد سازمانی، چشم انداز مدیریت بازرگانی، شماره ۲، پیاپی ۳۵، صص ۱۱۸-۱۰۳.

ـ نوروزیان، میثم (۱۳۸۷). کاربرد مدیریت دانش در بخش دولتی، سایت جامع مدیریت مدیریار و مجله تدبیر شماره ۱۵۶.

ـ نوروزیان، میثم(۱۳۹۰). دانش مدیریت دانش، ماهنامه تدبیر، سال هفدهم، شماره ۱۷۶.

__ Akram, Kashif, Siddiqui, Suleman Hafeez, Atif Nawaz, Muhammad, Ghauri, Tauqir Ahmad, Hayat Cheema, Amjad Khawar, (2011), Role of Knowledge Management to Bring Innovation:An Integrated Approach, International Bulletin of Business Administration, Issue 11, available:http://www.eurojournals.com

__ Liao, Shu-Husien, Wu, Chi-Chuan, 2010, System perspective of knowledge management, organizational learning, and organizational innovation, Expert Systems with Applications, No. 37, pp. 1096-1103 .

__ Sedera, Darshana & Gable, Guy (2010) Knowledge management competence for Enterprise System success. The Journal of Strategic Information Systems, 19(4), pp. 296-306.

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]