

بررسی تأثیر مدیریت دانش بر خلاقیت سازمانی (مطالعه موردی: کارکنان شرکت مخابرات استان همدان)

مهدی مرتضوی^۱، فرزانه منیریان^{۲*}

^۱ دانشیار، موسسه آموزش عالی علمی- کاربردی جهاد کشاورزی، تهران، ایران
^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه پیام نور، واحد ساوه، گروه مدیریت، ساوه، ایران (عهده‌دار مکاتبات)
تاریخ دریافت: دی ۱۳۹۳، اصلاحیه: اسفند ۱۳۹۳، پذیرش: اردیبهشت ۱۳۹۴

چکیده:

با توجه به اینکه امروزه مدیریت دانش در سازمان‌ها اهمیت ویژه‌ای یافته است و مدیریت موفق دانش، مشخصه اصلی بقای یک سازمان است، جوامع علمی و تجاری هر دو بر این باورند که سازمان‌هایی با قدرت دانش می‌توانند برتری‌های بلند مدت خود را در عرصه‌های رقابتی حفظ کنند. همچنین سازمان‌ها برای رویارویی و مقابله با عوامل عدم اطمینان، حفظ موقعیت و ایجاد خلاقیت و نوآوری جهت گسترش عرصه رقابتی خود باید مدیریت دانش و متقابلاً خلاقیت سازمانی کارکنان را به عنوان یک نیاز استراتژیک و ضروری جهت پیشگامی در عرصه رقابت‌پذیری، در زمره برنامه‌های اولویت‌دار خود قرار دهند. در این پژوهش تأثیر ابعاد مدیریت دانش شامل تولید و اکتساب دانش، ذخیره و سازماندهی دانش، به اشتراک‌گذاری دانش، ارزیابی دانش، بکارگیری دانش، به عنوان متغیر مستقل بر خلاقیت سازمانی کارکنان به عنوان متغیر وابسته بررسی شده است. جامعه آماری این پژوهش، کارکنان شرکت مخابرات استان همدان می‌باشند و این پژوهش از نظر هدف یک تحقیق کاربردی و از نظر روش گردآوری اطلاعات توصیفی-پیمایشی است و پس از تعیین و تأیید شاخص‌های مرتبط با متغیر مستقل و وابسته توسط خبرگان، پرسشنامه‌ای که پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۳۸ اندازه‌گیری شده است؛ در نمونه آماری متشکل از ۲۵۰ نفر که به روش تمام شماری نمونه‌گیری شده است توزیع گردید و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از نرم افزار LISREL به منظور ارزیابی الگوی معادلات ساختاری و SPSS به منظور تحلیل رگرسیون صورت گرفت. یافته‌های پژوهش نشان داد، ابعاد مدیریت دانش شامل تولید و اکتساب دانش، ذخیره و سازماندهی دانش، به اشتراک‌گذاری دانش، ارزیابی دانش، بکارگیری دانش بر خلاقیت سازمانی تأثیر گذارند.

کلمات کلیدی: تولید و اکتساب دانش، ذخیره و سازماندهی دانش، به اشتراک‌گذاری دانش، ارزیابی دانش، بکارگیری دانش، مدیریت دانش، خلاقیت سازمانی.

۱- مقدمه:

سازمان‌های امروزی، این مساله است که دانش به طور فزاینده‌ای به عنوان یک دارایی مهم مورد توجه است و در بخش‌های خصوصی و دولتی جهت ایجاد مزیت رقابتی مدیریت می‌شود. موفقیت سازمان‌ها به طور فزاینده‌ای به این موضوع وابسته است که چطور به طور موثر سازمان می‌تواند دانش را بین کارکنان سطوح مختلف سازمان جمع‌آوری، ذخیره و بازیابی کند [۲۴]. سازمان‌های آگاه می‌دانند که دانش، سرمایه‌ای فکری است و تنها سرمایه‌ای که با گذشت زمان تغییر می‌کند و اگر به طور موثر مهار شود می‌تواند خلاقیت و وضعیت رقابتی سازمان را حفظ کند [۱۸]. امروزه به خصوص اگر روند تغییر و تحولات در جامعه معاصر به دقت مورد ارزیابی واقع شود، این نتیجه مهم حاصل می‌شود که جامعه فرا صنعتی امروز جامعه اطلاعاتی است که در آن به تدریج فناوری‌های نیروافزا جای خود را به فناوری‌های دانش افزا می‌دهند [۱].

امروزه مدیریت دانش و خلاقیت، در مطالعات اجتماعی و سازمانی مشهود است و اهمیت خلاقیت در سازمان، اتکای خلاقیت بر دانش، افزایش استفاده از سیستم اطلاعات به عنوان دانش سازمانی پشتیبان، همگی از اهمیت تحقیق در زمینه ارتباط بین دانش و خلاقیت در سازمان خبر می‌دهد. سازمان‌ها برای انجام مأموریت و دستیابی به اهداف خود دارای منابع و دارایی‌های متعدد می‌باشند. دانش برای تمام سازمان‌ها از جمله این منابع و دارایی‌ها است، به طوری که صاحب‌نظران علم مدیریت، دانش را جایگزین نهایی تولید، ثروت و سرمایه پولی می‌دانند [۳۰]. همچنین پیتر دراگر معتقد است که در اقتصاد امروز دنیا، دانش منبعی همانند و در عرض سایر منابع تولید مانند کار و سرمایه نیست، بلکه تنها منبع معنی دار عصر حاضر به شمار می‌رود [۱۹]. در واقع دانش تنها منبعی در سازمان است که در اثر استفاده، نه تنها از ارزش آن کاسته نشده، بلکه بر ارزش آن نیز افزوده می‌گردد [۲۲]. یکی از مباحث غیر قابل انکار در

مدیریت دانش سبب دسترسی به تجارب، دانش، مهارت‌هایی می‌شود که در مجموع توانایی‌های جدید، قدرت اجرایی عملیات بیشتر، تشویق خلاقیت و نوآوری، شیوه به کار بردن بهتر دانش موجود سازمان و استفاده بهتر از دانش در فرآیند تجارت روز به روز را در سازمان ایجاد می‌کند [۲۱]. علی‌رغم سابقه طولانی خلاقیت در حیات بشری، سازمان‌ها اخیراً به واسطه سرعت شگرف تغییرات تکنولوژیکی، رقابت جهانی و عدم اطمینان اقتصادی کشف کرده‌اند که یکی از منابع کلیدی و مستمر مزیت رقابتی و بقا، خلاقیت سازمانی می‌باشد. خلاقیت کارکنان سازمان به این صورت به بقای سازمان کمک می‌کند که وقتی کارکنان در کارهایشان خلاق باشند، قادر خواهند بود ایده‌های تازه و مفیدی ارائه داده و بکار گیرند. تبدیل شدن به یک سازمان خلاق وسیله‌ای جهت رقابتی شدن در محیط تجاری پویا و تغییر پذیر امروزه شده است [۱۸]. خلاقیت در نتیجه یادگیری پیوسته است که خود حاصل ترکیب دانش‌های مجزا بر اساس یادگیری از یکدیگر در محیطی است که در آن اعتماد، نقش مهمی دارد. همچنین عوامل ساختاری مدیریت دانش در سازمان تاثیر مثبت بر خلاقیت دارند [۲۹]. توجه به کمبود خلاقیت سازمانی و مدیریت دانش که امروزه در اکثر سازمان‌ها دیده می‌شود و این مسئله موجب بروز آسیب‌هایی در سازمان‌ها می‌شود و اهمیت حیاتی بحث خلاقیت برای سازمان‌ها و از سوی دیگر نقش بسیار موثر مدیریت دانش در بروز خلاقیت سازمانی این تحقیق درصدد است تا به بررسی تأثیر مدیریت دانش بر خلاقیت سازمانی کارکنان شرکت مخابرات استان همدان بپردازد که به این منظور از مدل مدیریت دانش که شامل پنج مولفه تولید و اکتساب دانش و ذخیره و سازماندهی دانش و اشتراک گذاری دانش و بکارگیری دانش و ارزیابی دانش است به عنوان دستاورد بررسی مطالعات نظری استفاده می‌شود.

مدیریت دانش موضوعی پیچیده و پویاست. موفقیت آن مستلزم نگرش سیستمی است که کلیه عوامل و اجزاء و فرآیندهای مدیریت دانش را مدنظر قرار دهد. هر گونه جزئی نگری ممکن است چالش‌های جدی بر سر راه موفقیت برنامه‌های مدیریت دانش به وجود آورد. بسیاری از سازمان‌ها بر این باورند که دانش مهمترین دارایی آنهاست، اما در عمل کمتر به آن پایبندند. یکی از دلایل عمده این امر عدم آگاهی و فهم عمیق از مدل‌ها و تئوری‌های مدیریت دانش است [۲].

از نظر آمین و همکارانش، تمرکز مدیریت دانش، بر بهبود توانایی سازمانی می‌باشد. موفقیت در زمینه مدیریت دانش نیازمند ایجاد یک محیط جدید کاری می‌باشد که دانش و تجربه بتوانند براحته تسهیم شوند. برای تحقق این مقصود، باید فناوری و فرایند را مدنظر قرار داد. رفتارهای سازمانی باید چنان هم‌راستا شوند که اطلاعات و دانش، ادغام شده و به افراد مناسب و در زمان مناسب برسد تا بتوانند با بهره‌وری بیشتر عمل کنند. اول از همه، مدیریت دانش باید افراد را به اطلاعات مرتبط کند و این ارتباط شامل فرایندها و تشویق‌هایی است که برای افراد نیاز است تا نه تنها به هم اعتماد کنند و از اطلاعات موجود استفاده کنند، بلکه تجارب و اطلاعاتشان را به پایگاه اطلاعاتی جهانی توزیع کنند. دوم اینکه، افراد باید به افراد مرتبط شوند. آنها باید قادر به یافتن همدیگر بوده و به راحتی کمک مورد نیاز را جستجو کرده و دریافت کنند و سپس آن تجارب را منتشر کنند. این امر به افراد این احساس را می‌دهد که آنها همه‌روزه در تحقق اهداف سازمان شریک‌اند.

افزایش بهره‌وری، تسریع در یادگیری، اتخاذ تصمیمات بهتر و سریع‌تر، افزایش توانایی برای توسعه، تقویت نوآوری و ایجاد انگیزه برای کارکنان [۶]. تعریف مدیریت دانش مشکل است و هیچ تعریف مشخصی که به‌طور جهانی مورد توافق باشد وجود ندارد. یک مشکل معمول در تعریف مدیریت دانش این است که تعریف دانش به اندازه‌ای وسیع است که

مدیریت دانش سبب دسترسی به تجارب، دانش، مهارت‌هایی می‌شود که در مجموع توانایی‌های جدید، قدرت اجرایی عملیات بیشتر، تشویق خلاقیت و نوآوری، شیوه به کار بردن بهتر دانش موجود سازمان و استفاده بهتر از دانش در فرآیند تجارت روز به روز را در سازمان ایجاد می‌کند [۲۱]. علی‌رغم سابقه طولانی خلاقیت در حیات بشری، سازمان‌ها اخیراً به واسطه سرعت شگرف تغییرات تکنولوژیکی، رقابت جهانی و عدم اطمینان اقتصادی کشف کرده‌اند که یکی از منابع کلیدی و مستمر مزیت رقابتی و بقا، خلاقیت سازمانی می‌باشد. خلاقیت کارکنان سازمان به این صورت به بقای سازمان کمک می‌کند که وقتی کارکنان در کارهایشان خلاق باشند، قادر خواهند بود ایده‌های تازه و مفیدی ارائه داده و بکار گیرند. تبدیل شدن به یک سازمان خلاق وسیله‌ای جهت رقابتی شدن در محیط تجاری پویا و تغییر پذیر امروزه شده است [۱۸]. خلاقیت در نتیجه یادگیری پیوسته است که خود حاصل ترکیب دانش‌های مجزا بر اساس یادگیری از یکدیگر در محیطی است که در آن اعتماد، نقش مهمی دارد. همچنین عوامل ساختاری مدیریت دانش در سازمان تاثیر مثبت بر خلاقیت دارند [۲۹]. توجه به کمبود خلاقیت سازمانی و مدیریت دانش که امروزه در اکثر سازمان‌ها دیده می‌شود و این مسئله موجب بروز آسیب‌هایی در سازمان‌ها می‌شود و اهمیت حیاتی بحث خلاقیت برای سازمان‌ها و از سوی دیگر نقش بسیار موثر مدیریت دانش در بروز خلاقیت سازمانی این تحقیق درصدد است تا به بررسی تأثیر مدیریت دانش بر خلاقیت سازمانی کارکنان شرکت مخابرات استان همدان بپردازد که به این منظور از مدل مدیریت دانش که شامل پنج مولفه تولید و اکتساب دانش و ذخیره و سازماندهی دانش و اشتراک گذاری دانش و بکارگیری دانش و ارزیابی دانش است به عنوان دستاورد بررسی مطالعات نظری استفاده می‌شود.

موضوع خلاقیت در سازمان‌ها مسئله بسیار مهمی است و خلاقیت بدون وجود دانش در سازمان‌ها دور از ذهن به نظر می‌رسد. با توجه به مطالب ذکر شده پژوهش حاضر به دنبال یافتن پاسخ برای پرسش‌های زیر است: آیا مدیریت دانش بر خلاقیت سازمانی کارکنان در شرکت مخابرات استان همدان تاثیرگذار است؟ آیا بین ابعاد مدیریت دانش و خلاقیت سازمانی کارکنان رابطه معنی‌داری وجود دارد؟

۲- پیشینه تحقیق

۱-۲- مدیریت دانش

در سال‌های اخیر، مدیریت دانش به عنوان یکی از جالب‌ترین و چالش برانگیزترین موضوعات مدیریت کسب و کار بوده و دایره کاربرد آن همواره با سایر مباحث عرصه مدیریت، گسترده می‌شود. مدیریت دانش فرایندی است که به سازمان‌ها در شناسایی، انتخاب، سازماندهی، انتشار و انتقال اطلاعات مهم و مهارت‌هایی که بخشی از سابقه سازمان هستند و عموماً به صورت ساختار نیافته در سازمان وجود دارند، یاری می‌رساند. از آنجا که مدیریت دانش، ریشه‌هایی در سیستم‌های خبره، یادگیری سازمانی و نوآوری دارد، به خودی خود ایده جدیدی نیست. مدیران موفق همیشه از

سازمان‌ها مطرح نیست، بلکه به عنوان مهم‌ترین عامل تعیین کننده رشد اقتصادی، شناخته می‌شود. وی همچنین اعتقاد دارد که از پیوند فناوری‌های جدید با مهارت‌های منحصربه فرد و تجربه کارکنان، منبعی از انرژی پدید می‌آید که مدیریت دانش را به پیش خواهد برد [۱۳].

کارل ویگ^۵ معتقد است که مدیریت دانش یعنی ایجاد فرایندهای لازم برای شناسایی و جذب داده، اطلاعات و دانش‌های مورد نیاز سازمان از محیط درونی و بیرونی و انتقال آنها به تصمیم‌ها و اقدامات سازمان و افراد [۳۲].

فرایندی است که به وسیله آن سازمان‌ها در زمینه یادگیری، کدگذاری دانش، توزیع و انتقال دانش، کسب مهارت می‌کنند [۲۶].

به نظر جونز^۶، مدیریت دانش یک رویکرد سیستماتیک یکپارچه جهت شناسایی، مدیریت و تسهیم تمام دارایی‌های اطلاعاتی سازمان است که شامل بانک‌های اطلاعاتی، مدارک، سیاست‌ها و رویه‌ها می‌باشد [۲۳].

همچنین مدیریت دانش به عنوان یک کاربرد هدف‌گرا و سیستماتیک پیمانانه‌هایی جهت هدایت و کنترل دارایی‌های دانش قابل لمس و غیرقابل لمس سازمان شناخته می‌شود که با هدف استفاده از دانش موجود داخلی و خارجی این سازمان‌ها جهت فعال کردن خلق دانش جدید، ایجاد ارزش، خلاقیت و پیشرفت در نظر گرفته می‌شود [۳۳].

به نظر اسمیت^۷، مدیریت دانش، یک محیط کاری جدید ایجاد می‌کند که دانش و تجربه به آسانی می‌توانند به اشتراک گذارده شوند و همچنین اطلاعات و دانش را فعال می‌کند تا به سمت افراد واقعی و در زمان واقعی جریان یابند تا آنها بتوانند موثر و کارا تر عمل کنند [۲۸].

رادینگ^۸، مدیریت دانش را شیوه شناسایی، در اختیار گرفتن، سازماندهی و پرورش اطلاعات جهت خلق دانش می‌داند که پس از آن توزیع می‌شود و در دسترس دیگران قرار می‌گیرد تا برای خلق دانش بیشتر استفاده شود.

مدیریت دانش، شامل همه روش‌هایی است که سازمان دارایی‌های دانشی خود را اداره می‌کند؛ یعنی چگونگی جمع آوری، ذخیره‌سازی، انتقال، بکارگیری، به روز رسانی و ایجاد دانش. مدیریت دانش با تبدیل سرمایه‌های انسانی به دارایی‌های فکری سازمان یافته، برای سازمان ایجاد ارزش می‌کند. مدیران در عصر اطلاعات با درک اهمیت و ارزش دانش در فرایند تصمیم‌گیری خود به دنبال به کارگیری راهکارها و تکنیک‌های مدیریت دانش در کلیه سطوح سازمانی خود می‌باشند.

مدیریت دانش، مفهومی پیچیده و گسترده است؛ به همین دلیل صاحب‌نظران از زوایای گوناگون به آن نگریسته‌اند. آنچه که از تعاریف مختلف برمی‌آید مدیریت دانش، فرایند شناسایی، در اختیار گرفتن، سازماندهی و پردازش

تقریباً هر چیزی که اجازه درک مفاهیمی را بدهد که فرد برای کارکرد اثربخش در این جهان بدان نیاز دارد، می‌تواند مدیریت دانش نامیده شود. سختی ارائه تعریف مشخص از مدیریت دانش موجب شده تا صاحب‌نظران بر اساس تجارب خود و دیدگاه‌های مختلف، تعاریف گوناگونی را بیان کنند. از این رو یک تعریف جهانشمول که تمامی صاحب‌نظران بر سر آن توافق نظر داشته باشند، وجود ندارد.

ابتدایی‌ترین تعریف از مدیریت دانش عبارت است از: یافتن راهی جهت خلق، شناسایی، شکار و توزیع دانش سازمانی به افراد نیازمند [۱۲].

داون پورت^۱، مدیریت دانش را به‌عنوان جمع‌آوری، توزیع و استفاده کارا از منابع دانش تعریف کرده است [۲۰].

اودل و گری سون^۲، مدیریت دانش را به عنوان یک استراتژی که باید در یک سازمان ایجاد شود تا اطمینان حاصل شود که دانش به افراد مناسب در زمان مناسب می‌رسد و آن افراد آن دانش را تسهیم کرده و از اطلاعات برای اصلاح عملکرد سازمان استفاده می‌کنند تعریف می‌کند.

از نظر بت^۳، مدیریت دانش، فرایند خلق، تأیید، ارائه و توزیع و کاربرد دانش می‌باشد.

بون فور^۴، مدیریت دانش را به‌عنوان مجموعه‌ای از رویه‌ها، زیرساخت‌ها و ابزارهای فنی و مدیریتی می‌داند که در جهت خلق، تسهیم و بکارگیری اطلاعات و دانش در درون و بیرون سازمان‌ها طراحی شده اند.

با توجه به این تعریف، شولام برگر هدف نهایی از مدیریت دانش را چنین بیان می‌کند: "هرآنچه را که در جایی یاد می‌گیرید، در همه جا بکار برید." تحقق این مقصود، متکی به ادغام فناوری، فرایندها و سرمایه‌های ذهنی افراد و سپس تبدیل این نتایج به یک عمل مؤثر و مشخص می‌باشد [۶].

از طرف دیگر، مرکز بهره‌وری و کیفیت آمریکا، مدیریت دانش را فرآیند گسترده‌ی کسب، سازماندهی، انتقال و استفاده از اطلاعات در سازمان می‌داند. بت مدیریت دانش را فرآیند تسهیل امور مربوط به دانش مانند خلق، ضبط، انتقال و استفاده از دانش می‌داند. به نظر وی، مدیریت دانش شامل طیفی از فعالیت‌ها، یادگیری، همکاری و آزمایش گرفته تا اتحاد مجموعه‌های مختلف کاری و اجرایی است.

از نظر روبرت لوکان، مدیریت دانش عبارت است از استفاده از اطلاعات برای دستیابی به واقعیت کسب و کار. مدیریت دانش فعالیتی سازمانی بوده که هدف آن ایجاد محیطی اجتماعی و زیربنایی فنی است که بتوان در این محیط، دانش تولید کرد، به آن دسترسی داشت و دیگران را در آن سهیم ساخت [۱۳].

مدیریت دانش را فرآیند تسهیل امور مربوط به دانش مانند خلق، ضبط، انتقال و استفاده از دانش می‌دانند. دانش تنها به عنوان دارایی کلیدی در

5. Wiig, Karl

6. Jung

7. Smith

8. Radyng

1. Davenport

2. O'dell and Grayson

3. Bhaat

4. Boun four

بیشتر توسط کاربرد عینی دانش جدید میسر است؛ این عنصر، دایره فرایند مرکزی مدیریت دانش متحد را تکمیل می‌کند.

بک‌من نیز در سال ۱۹۹۹ هشت مرحله زیر را برای فرایند مدیریت دانش پیشنهاد داده است:

- شناسایی کردن: تعیین صلاحیت‌های درونی، منبع استراتژی، قلمرو دانش؛

- تسخیر کردن: رسمی کردن دانش موجود؛

- انتخاب کردن: تعیین ارتباط دانش، ارزش و دقت، رفع دانش‌های ناسازگار؛

- ذخیره کردن: معرفی حافظه یکی شده در مخزن دانش با انواع الگوهای دانش؛

- پخش کردن: توزیع دانش برای استفاده کنندگان به طور خودکار بر پایه علاقه و کار و تشریک مساعی دانش در میان گروه‌ها؛

- به کار بردن: باز یافتن و استفاده دانش در تصمیم‌گیری‌ها، حل مسائل، خودکار کردن و پشتیبانی کار و مددکاری شغل و آموزش؛

- ایجاد کردن: تولید دانش جدید در حین تحقیقات، تجربه کردن کار و فکر خلاق؛

- تجارت کردن: فروش و معامله، توسعه و عرضه کردن دانش جدید به بازار در قالب محصولات و خدمات.

۲-۲- خلاقیت سازمانی

با پیشرفت روز افزون دانش و تکنولوژی و جریان گسترده‌ی اطلاعات، امروزه جامعه‌ی ما نیازمند آموزش مهارت‌هایی است که با کمک آن بتواند همگام با توسعه‌ی علم و فناوری به پیش برود. هدف باید پرورش انسان‌هایی باشد که بتوانند با مغزی خلاق با مشکلات روبرو شده و به حل آنها بپردازند. به گونه‌ای که انسان‌ها بتوانند به خوبی با یکدیگر ارتباط برقرار کرده و با بهره‌گیری از دانش جمعی و تولید افکار نو مشکلات را از میان بردارند. امروزه مردم ما نیازمند آموزش خلاقیت هستند که با خلق افکار نو به سوی یک جامعه‌ی ساعت‌مندی قدم بردارند. رشد فزاینده‌ی اطلاعات، سبب شده است که هر انسانی از تجربه و علم و دانشی برخوردار باشد که دیگری فرصت کسب آنها را نداشته باشد، لذا به جریان انداختن اطلاعات حاوی علم و دانش و تجربه در بین انسان‌ها یکی از رموز موفقیت در دنیای امروز است. هیچ کس قادر نیست به میزان اطلاعات واقعی هر کس که در گوشه‌ی ذهن او نهفته است، پی ببرد. این اطلاعات زمانی به حرکت در می‌آید که انگیزه‌ای قوی سبب رها شدن آن به بیرون ذهن می‌شود. در این مرحله انسان‌ها به سرنوشت یکدیگر حساسند و در جهت رشد یکدیگر می‌کوشند و در نهایت سبب می‌شود جریانی از علم و دانش و تجربیات میان آنها جاری شود که همین امر زمینه ساز نوآوری و خلاقیت خواهد بود. یکی از عوامل مؤثر در بروز خلاقیت در یک جامعه، زمینه سازی و بستر سازی در بین انسان‌ها جهت ایجاد فرهنگی است که در آن همگان در تلاش برای رشد دادن دیگری هستند و با تأثیر بر روی یکدیگر به پیشرفت جامعه کمک می‌کنند.

اطلاعات جهت خلق دانش می‌باشد که پس از آن توزیع می‌شود و در دسترس دیگران قرار می‌گیرد تا برای خلق دانش بیشتر و به گونه‌ای مؤثر در تصمیم‌گیری‌ها بکار گرفته شود.

به طور کلی می‌توان گفت، مدیریت دانش عبارت است از تلاش برای کشف دارایی نهفته در ذهن افراد و تبدیل این گنج پنهان به دارایی سازمانی، به طوری که مجموعه وسیعی از افرادی که در تصمیم‌گیری‌های شرکت دخیل هستند، بتوانند از آن استفاده کنند [۲۰].

ادل و گراسیون در سال ۱۹۹۸، مدلی را برای مدیریت دانش ارائه داده‌اند. این مدل مبتنی بر دو رکن اساسی است.

۱- فرایندهای مدیریت دانش

۲- فراهم کننده‌های مدیریت دانش

فرایندهای مدیریت دانش در این مدل عبارتند از:

- ایجاد دانش: دانش به روش‌های مختلف می‌تواند ایجاد شود.

- شناسایی دانش: شناسایی دانش‌های مفیدی که در فرایندها، رویه‌های کاری و اقدامات سازمان وجود دارد.

- جمع‌آوری دانش: پس از اینکه دانش‌های مفید مورد شناسایی قرار گرفتند اقدام بعدی جمع‌آوری این دانش‌ها می‌باشد.

- سازماندهی دانش: سازماندهی دانش، بیشتر در برگیرنده فعالیت‌های پردازش دانش است. در این مرحله دانش به شکلی مناسب تبدیل می‌گردد.

- توزیع دانش: بعد از سازماندهی دانش، باید آن را به روش‌های مختلف بین افراد توزیع نمود. در این مرحله با استفاده از ابزار و سازوکارهای مناسب باید دانش ذخیره شده در دسترس افرادی که به آن نیاز دارند قرار بگیرد.

- ارزیابی و تطبیق: در این مدل توصیه می‌شود که قبل از بکارگیری دانش، صحت و سقم آن مورد ارزیابی و تطبیق قرار گیرد و این کار باید توسط افرادی حرفه‌ای در سازمان صورت گیرد.

- به کارگیری دانش: تا زمانی که دانش مورد استفاده قرار نگیرد، افزایش پیدا نمی‌کند، در این مرحله دانش در فرایندهای کاری و تصمیمات سازمان جاری می‌شود.

مدل هی‌سیگ از چهار فرایند زیر تشکیل شده است:

- تولید کن: این امر به توانایی یادگیری و ارتباط بر می‌گردد. توسعه این قابلیت، تجربه تسهیم دانش، ایجاد و ارتباط بین ایده‌ها و ساختن ارتباط‌های متقاطع با دیگر موضوعات، از اهمیت کلیدی برخوردار است.

- ذخیره کن: به عنوان دومین عنصر مورد نیاز مدیریت دانش است که از طریق آن، قابلیت ذخیره سازمان یافته‌ای که امکان جستجوی سریع اطلاعات، دسترسی به اطلاعات برای کارمندان دیگر و تسهیم مؤثر دانش فراهم می‌شود، به وجود می‌آید. در این سامانه، باید دانش‌های لازم به آسانی برای استفاده همگان ذخیره شود.

- منتشر کن: این فرایند به توسعه یک روح جمعی که در آن افراد به عنوان همکاران در جهت دنبال کردن اهداف مشترک، احساس پیوستگی به هم داشته و در فعالیت‌هایشان به یکدیگر وابسته‌اند، کمک می‌کند.

- به کار ببر: چهارمین فرایند، از این ایده آغاز می‌شود که ایجاد دانش،

بسیاری مباحث مدیریت نوآوری سازمانی را مورد توجه قرار داده‌اند. اگر چه مطالعات بسیاری در این زمینه انجام شده است اما بسیاری از سازمان‌ها در مدیریت خلاقیت سازمانی با شکست مواجه شده‌اند و هنوز هم از عدم توانایی در باقی ماندن در حالت خلاقیت درازمدت رنج می‌برند. دلیل اصلی این است که تحقیقات نوآوری سازمانی در یک مسیر غیر قطعی و بی‌ثبات انجام شده و به وسیله سطوح توصیفی کمی مورد بررسی قرار گرفته است. در نتیجه سازمان‌ها در گرفتن ایده‌ها در یک دید جامع شکست خورده، بنابراین در انتقال آن در کاربرد عملی ناتوان می‌باشند.

خلاقیت سازمانی را می‌توان به این صورت تعریف کرد: خلاقیت سازمانی به عنوان توسعه یا پذیرش یک ایده یا رفتار در کارهای تجاری بوده که برای کل سازمان جدید می‌باشد. خلاقیت سازمانی واقعیت ساختن تکنولوژی یا کارهای مدیریتی جدید در ارتباط با محصولات یا فرایندهای جدید می‌باشد.

مدیریت خلاقیت سازمانی را می‌توان به عنوان یک روش مدیریتی تعریف کرد که یک سازمان را برای خلاقیت، دلگرم کردن و آسان‌سازی گسترش ایده‌های خلاق با یک حرکت آبی و اساسی آماده می‌سازد.

۲-۲-۲- عوامل تأثیرگذار بر خلاقیت سازمانی:

عوامل عصب شناختی، شیمیایی و زیست‌شناختی خلاقیت، ساختارهای فرهنگی - اجتماعی و حتی فنی و تکنولوژیکی که خلاقیت در آن‌ها شکل پیدا می‌کند بر خلاقیت تأثیرگذار هستند. خلاقیت بیشتر بر ساخته اجتماعی است تا امری فردی و روانشناختی. در جامعه ما رویکرد غالب به خلاقیت رویکرد روانشناختی است. در این رویکرد خلاقیت اختصاص به خواص و نوابغ دارد؛ یعنی خلاقیت حاصل نوعی نبوغ فردی است اما رویکرد جامعه‌شناسانه سعی دارد عوامل، فرهنگی، اجتماعی، تاریخی و فرافردی موثر در خلاقیت را بشناساند.

تجربه‌های تاریخی نشان می‌دهد هیچ فرهنگ، جامعه و ملتی نیست که بطور مطلق از بروز خلاقیت ناتوان باشد بالقوه همه ملت‌ها مستعد و توانا هستند و این فرهنگ و مجموعه شرایط اقتصادی، اجتماعی و سیاسی است که در دوره‌های مختلف اجازه بروز میزان معینی از خلاقیت را می‌دهد یا مانع از آن می‌شود؛ بنابراین این گونه نیست که بعضی ملت‌ها چون باهوش ترند خلاق ترند این طرز تلقی نگاهی غیرعلمی و نژادپرستانه است. همه انسان‌ها از موهبت و توانایی برای خلاقیت و نوآوری جهت رفع نیازهایشان برخوردارند و ملت بسته به تمهیدات فرهنگی، اجتماعی زمینه‌ای را برای بروز یا عدم بروز خلاقیت‌های فراهم می‌کنند. نمودار ذیل ارتباط مفهومی بین عوامل مختلف فردی - گروهی و سازمانی را در ایجاد خلاقیت سازمانی نشان می‌دهد [۷].

۲-۳- پیشینه تجربی

رحیمی در پژوهشی تحت عنوان "بررسی رابطه بین مؤلفه‌های مدیریت دانش سازمانی و میزان خلاقیت اعضای هیات علمی دانشگاه اصفهان" دریافت که ترکیب دانش در قلمرو مدیریت دانش از بالاترین جایگاه برخوردار است، سپس به ترتیب برون‌سازی، اجتماعی‌سازی و درون‌

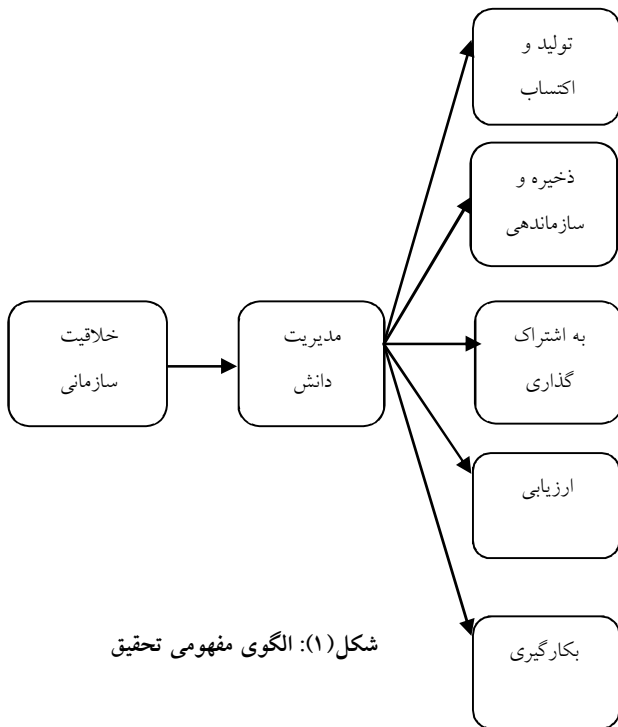
یکی از شرایط لازم برای پدیدار شدن افکار نو، وجود آرامش برای مغز است. به همین خاطر لازم است انسان‌ها بکوشند در جامعه شرایطی پدید آید که در بستر آن مغز بیندیشد و تکامل یابد و سبب ساز افکار نو شده و شرایط برای سازندگی در جامعه مهیا شود. با افزایش سپرده گذاری‌های اخلاقی می‌توان شرایط را برای شکل‌گیری یک محیط آرامبخش در جامعه فراهم کرد. کاهش سپرده گذاری‌های اخلاقی در جامعه سبب می‌شود که زمینه برای گسسته شدن روابط اجتماعی گسترش یابد و با سست شدن پیوندهای اجتماعی، شرایط لازم برای بروز خلاقیت در جامعه سخت‌تر می‌شود، زیرا فرصتی برای تفکر کردن وجود نخواهد داشت.

۲-۲-۱- خلاقیت سازمانی در سازمان‌ها:

علی‌رغم سابقه طولانی خلاقیت در حیات بشری، سازمان‌ها اخیراً به واسطه سرعت شگرف تغییرات تکنولوژیکی، رقابت جهانی و عدم اطمینان اقتصادی کشف کرده‌اند که یکی از منابع کلیدی و مستمر مزیت رقابتی و بقاء، خلاقیت سازمانی می‌باشد. این مزیت رقابتی مستمر در قالب ایده‌ها، محصولات و خدمات تازه ظاهر می‌شود که مستقیماً از تفکر خلاق ناشی می‌شود. خلاقیت کارکنان سازمان به این صورت به بقای سازمان کمک می‌کند که وقتی کارکنان در کارشان خلاق باشند، قادر خواهند بود ایده‌های تازه و مفیدی در مورد محصولات، عملکرد، خدمات یا رویه‌های سازمان ارائه و بکار گیرند. وجود چنین ایده‌هایی باعث افزایش این احتمال می‌شود که کارکنان دیگر، این ایده‌ها را در کارشان مورد استفاده قرار دهند. بعلاوه آنها این ایده‌ها را توسعه داده و آنها را به کارکنان دیگر برای توسعه و بکارگیری در کارشان منتقل می‌کنند. از این رو تولید و بهره‌گیری از ایده‌های تازه این امکان را به سازمان می‌دهد که بتواند با شرایط متغیر بازار منطبق شده، به تهدیدها و فرصت‌ها پاسخ به موقع داده و رشد و توسعه یابد. خلاقیت نه تنها از طریق توسعه محصولات و فرآیندها، سهم بازار موجود را توسعه می‌دهد بلکه باعث ایجاد بازارهای جدید و شکل‌دهی به محیط می‌شود. با وجود اینکه تغییر و تحولات فزاینده محیطی، سازمان‌ها را در برابر دو راه خلاق بودن و یا از بین رفتن قرار داده، اما سازمان‌ها غالباً خلاقیت کارکنان خود را سرکوب می‌کنند تا این که زمینه‌های ظهور و بروز و ارتقای آن را فراهم نمایند. در حقیقت، سرکوبی خلاقیت در سازمان‌ها به قدری رایج است که کمتر مورد سوال قرار می‌گیرد. اما مدیران عمدتاً نادانسته خلاقیت را سرکوب می‌کنند، و زمانی که خلاقیت سرکوب شود سازمان یک ابزار رقابتی قدرتمند یعنی تولید و بهره‌گیری از ایده‌های تازه را از دست خواهد داد. در واقع مدیران درک درستی از مفهوم خلاقیت و عوامل موثر بر آن نداشته و بیشتر افراد نمی‌دانند که چگونه می‌توانند خلاقیت خود را افزایش دهند. تبدیل شدن به یک سازمان خلاق وسیله‌ای جهت رقابتی شدن در محیط تجاری پویا و تغییر پذیر امروز شده است. ترکیبی از ایده‌های خلاق و مدیریت نوآوری سازمانی، کلید اصلی جهت باقی ماندن در حالت نوآوری سازمانی رقابتی در دراز مدت می‌باشد [۱۷].

به علت نقش حیاتی مدیریت نوآوری در خلاقیت سازمانی، تحقیقات

به بیان اسکیم در ۲۰۰۳، توانایی برای خلق دانش جدید، با توجه به تغییرات سریع محیط، مورد توجه سازمان است؛ زیرا منجر به تسهیل و افزایش خلاقیت و نوآوری می‌شود که برای سازمان مزیت رقابتی پایدار به ارمغان می‌آورد. رودان^۱: مدیریت نقل و انتقال و استفاده از دانش از عوامل کلیدی موفقیت مدیریت خلاقیت سازمانی می‌باشد [۲۷]. به گفته‌ی عدلی، برداشت یا اکتساب دانش منجر به ورود دانش جدید به سازمان می‌شود که اعضای سازمان از آن می‌توانند برای حل مساله و نهایتاً خلاقیت استفاده کنند [۱۱]. کرمان‌القریشی، بیان کرد ذخیره اطلاعات بیشترین کمک را در استقرار مدیریت دانش دارد و سازماندهی دانش، دسترسی آنان را به دانش متکی می‌کند تا اعضا آن را در فرایندهای تصمیم‌گیری و حل مسئله استفاده کنند، در نتیجه ذخیره و سازماندهی دانش با خلاقیت رابطه دارد. چانگ و هانگ، جهت موفقیت سیستم‌های مدیریت دانش باید مکانیزیم‌های موثری برای اشتراک دانش در سازمان فراهم شود [۲۵]. شجاعی [۱۰] و اورزمزدی [۴] بیان کردند که کاربرد دانش با خلاقیت رابطه دارد و از تاثیر استقرار دانش در تولید دانش حمایت کرد. ویتوم و روی^۲ بیان کردند که بین ابعاد مدیریت دانش و میزان خلاقیت رابطه معناداری وجود دارد [۳۱]. با توجه به ادبیات و پیشینه موضوع می‌توان الگوی مفهومی زیر را پیشنهاد داد:



شکل (۱): الگوی مفهومی تحقیق

سازی دانش قرار دارند. همین طور، بین میانگین مدیریت دانش اعضای هیات علمی با خلاقیت آنان همبستگی مثبت و معنی‌داری وجود دارد [۹]. فتحیان، بیگ و قوامی فر در مقاله‌ای تحت عنوان " نقش مدیریت دانش ضمنی در خلاقیت و نوآوری" نقش مثبت دانش ضمنی بر خلاقیت و نوآوری سازمانی را تایید می‌نماید. او معتقد است دانش ضمنی به عنوان محرکی مهم در فرآیند خلاقیت و نوآوری نقش مهمی را به عنوان یک منبع سازمانی و عامل موفقیت در سازمان ایفا می‌کند. در این تحقیق، این نقش در مدیریت نوآوری با توجه به نوع خلاقیت مورد نیاز، نوع صنعت و ساختار خاصی که آن سازمان دارا می‌باشد، از طریق ایجاد الگو روشن گردیده و در نتیجه موفقیت خلاقیت آنها بهینه خواهد شد [۱۴]. پژوهش دیگری توسط دکتر نیاز آذری تحت عنوان "بررسی نقش مدیریت دانش بر خلاقیت دبیران در مدارس متوسطه" انجام شده که در این تحقیق به بررسی رابطه بین مدیریت دانش و خلاقیت دبیران پرداخته شده است و نتایج حاصل از تحقیق نشان داده است که بین مدیریت دانش، پالایش دانش، سازماندهی دانش، کاربرد دانش و اشاعه دانش با خلاقیت دبیران رابطه وجود دارد و بین برداشت دانش و خلاقیت دبیران رابطه وجود ندارد و همچنین تاثیر مدیریت دانش بر خلاقیت دبیران زن و مرد متفاوت نیست [۱۵]. پژوهش دیگر توسط علیرضا بابا غیبی از غنبدی تحت عنوان "ارزیابی و بررسی وضعیت استقرار مدیریت دانش در سازمان‌ها (مطالعه موردی بررسی معاونت فناوری اطلاعات و ارتباطات نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران)" انجام شده است و نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها در این پژوهش نشان می‌دهد که امتیاز معاونت فناوری اطلاعات و ارتباطات نیروی انتظامی در مدیریت دانش ۲/۷۵ است؛ یعنی وضعیت کلی از لحاظ دانش محور بودن و بهره‌گیری از سرمایه‌های دانشی ضعیف است و معاونت فناوری اطلاعات و ارتباطات نیروی انتظامی به طور زیربنایی احتیاج به اجرای پروژه‌ها و زیرساخت‌های دانشی دارند و به طور کلی معاونت فناوری اطلاعات و ارتباطات نیروی انتظامی در حوزه مدیریت دانش وضعیت مطلوبی ندارد. پژوهش دیگری توسط محمد حسین انصاری تحت عنوان "مدیریت دانش و خلاقیت در اداره کل تربیت‌بدنی استان تهران" انجام شده؛ هدف از این تحقیق، سنجش میزان مدیریت دانش و خلاقیت در اداره کل تربیت بدنی استان تهران و همچنین سنجش ارتباط این دو متغیر و ابعاد چهارگانه مدیریت دانش با خلاقیت است. نتایج حاصل از این تحقیق نشان داد مدیریت دانش و خلاقیت در اداره کل در حد متوسط است و ارتباط مثبت و معناداری بین مدیریت دانش و خلاقیت وجود دارد و از بین ابعاد چهارگانه مدیریت دانش، برون‌سازی و ترکیب ارتباط معناداری با خلاقیت دارند [۵]. پژوهش دیگر توسط نجمه نیروعب‌الدین رسول جوکار با عنوان "رابطه بین مدیریت دانش و خلاقیت در میان کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی شهر شیراز" انجام و نتیجه‌گیری شده هرچه قدر خلاقیت کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی شیراز بالاتر باشد، مدیریت دانش نیز بیشتر می‌شود [۱۶].

1. Rodan

2. Allen whitton, christen Roy

۳- فرضیات تحقیق:

دانش، ذخیره و سازماندهی دانش، اشتراک‌گذاری دانش، ارزیابی دانش، بکارگیری دانش است متغیر مستقل، خلاقیت سازمانی متغیر وابسته هستند. ابزار اصلی گردآوری اطلاعات پرسشنامه است. پرسشنامه مدیریت دانش از ۲۱ سؤال تشکیل شده است که به بررسی وضعیت موجود مدیریت دانش بر اساس مدل پایه‌های مدیریت دانش پروست و همکاران می‌پردازد. پرسشنامه خلاقیت سازمانی از ۱۷ سؤال تشکیل شده است که به بررسی خلاقیت سازمانی می‌پردازد. در هر دو پرسشنامه از طیف پنج درجه‌ای لیکرت استفاده شده است و همچنین شامل اطلاعات عمومی در مورد پاسخ دهنده است. به منظور اطمینان از روایی محتوا پرسشنامه از نظر اساتید و صاحب نظران در این حوزه بهره گرفته شد. از سوی دیگر روایی سازه‌های پرسشنامه با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی به کمک نرم افزار لیزرل مورد بررسی قرار گرفت. پایایی پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ و به کمک نرم افزار SPSS بررسی شد، که برای سؤالات مرتبط با تولید و اکتساب دانش، ذخیره و سازماندهی دانش، به اشتراک‌گذاری دانش، ارزیابی دانش، بکارگیری دانش، خلاقیت سازمانی به ترتیب برابر با ۰/۸۴۸ ، ۰/۷۴۷ ، ۰/۸۰۱ ، ۰/۸۳۱ ، ۰/۷۲۹ ، ۰/۹۰۸ است و ضریب آلفای کرونباخ کل ۰/۹۳۸ می‌باشد که این اعداد نشان دهنده این است که پرسشنامه از پایایی بالایی برخوردار است.

فرضیه اصلی: مدیریت دانش بر خلاقیت سازمانی کارکنان تأثیر گذار است.
فرضیه فرعی اول: تولید و اکتساب دانش بر خلاقیت سازمانی کارکنان تأثیر گذار است.
فرضیه فرعی دوم: ذخیره و سازماندهی دانش بر خلاقیت سازمانی کارکنان تأثیر گذار است.
فرضیه فرعی سوم: به اشتراک گذاری دانش بر خلاقیت سازمانی کارکنان تأثیر گذار است.
فرضیه فرعی چهارم: ارزیابی دانش بر خلاقیت سازمانی کارکنان تأثیر گذار است.
فرضیه فرعی پنجم: بکارگیری دانش بر خلاقیت سازمانی کارکنان تأثیر گذار است.

۴- روش شناسی تحقیق:

روش انجام تحقیق از نظر هدف، کاربردی است و از نظر روش توصیفی از نوع پیمایشی می‌باشد. این تحقیق از لحاظ روش در دسته تحقیقات علی قرار می‌گیرد، زیرا در آن از تکنیک آماری معادلات ساختاری که به بررسی رابطه علی بین متغیرها می‌پردازد، استفاده شده است. در الگوی تحلیلی تحقیق مدیریت دانش که دارای پنج مولفه تولید و اکتساب

جدول (۱): خلاصه نتایج تحلیل عاملی تاییدی

عامل	شاخص‌ها	سؤالات	بارعاملی	آماره‌ی T	ضرایب برازندگی الگو
مدیریت دانش	تولید و اکتساب دانش	M1	۰/۳۳	۳/۲۳	P-VALUE = 0. 00991 GFI = 0. 92 AGFI = 0. 90 RMSEA=0. 032 X ² /df=1. 26
		M2	۰/۲۶	۲/۷۰	
		M3	۰/۲۱	۲/۳۰	
		M4	۰/۶۲	-	
		M5	۰/۳۹	۳/۵۶	
		M6	۰/۳۶	۳/۳۹	
	ذخیره و سازماندهی دانش	M7	۰/۲۹	۲/۹۴	
		M8	۰/۴۸	۳/۶۱	
		M9	۰/۲۶	۲/۶۵	
		M10	۰/۱۹	۱/۹۸	
	به اشتراک‌گذاری دانش	M11	۰/۲۳	۲/۲۲	
		M12	۰/۲۷	۲/۴۹	
		M13	۰/۳۷	۲/۹۹	
		M14	۰/۵۲	-	
		M15	۰/۲۹	۲/۶۴	
		M16	۰/۲۸	۲/۵۶	
		M17	۰/۲۶	۲/۴۲	
	بکارگیری دانش	M18	۰/۴۸	۵/۵۰	
		M19	۰/۷۱	۷/۲۳	
	ارزیابی دانش	M20	۰/۶۰	۷/۵۸	
		M21	۰/۶۵	۷/۹۶	

P-VALUE = 0. 11288 GFI = 0. 94 AGFI = 0. 92 RMSEA = 0. 025 $X^2 / df = 1. 15$	۳/۷۳	۰/۳۵	KH1	خلاقیت سازمانی	خلاقیت سازمانی
	-	۰/۴۵	KH2		
	۴/۰۵	۰/۹۳	KH3		
	۴/۴۳	۰/۴۶	KH4		
	۲/۵۶	۰/۲۱	KH5		
	۲/۴۹	۰/۲۱	KH6		
	۴/۲۲	۰/۴۲	KH7		
	۲/۱۵	۰/۱۸	KH8		
	۲/۷۶	۰/۲۳	KH9		
	۳/۴۳	۰/۳۱	KH10		
	۳/۱۲	۰/۲۷	KH11		
	۲/۰۸	۰/۱۷	KH12		
	۳/۸۱	۰/۳۶	KH13		
	۴/۴۰	۰/۴۵	KH14		
	۲/۰۵	۰/۱۷	KH15		
	۲/۹۱	۰/۲۵	KH16		
	۲/۹۷	۰/۲۶	KH17		

تحلیل ساختارهای داده‌های پیچیده است. در مدل معادلات ساختاری از یک طرف میزان انطباق داده‌های پژوهش و مدل مفهومی پژوهش بررسی خواهد شد که آیا از برازش مناسب برخوردار است و از طرف دیگر معناداری روابط در این مدل برازش یافته آزمون می‌شود. شاخص‌های مناسب مدل شامل X^2 ، RMSEA (شاخص ریشه میانگین مربعات خطای برآورد)، GFI (شاخص نیکویی برازش) و AGFI (شاخص تعدیل شده نیکویی برازش) می‌باشد. بدین صورت که مدلی از برازش مناسب برخوردار است که میزان X^2 / df کوچکتر از ۳ باشد و میزان GFI و AGFI هر چه به یک نزدیکتر باشد مدل داده‌ها برازش بهتری دارد.

جامعه آماری تحقیق حاضر را کارکنان شرکت مخابرات استان همدان تشکیل می‌دهند. در این تحقیق با توجه به محدود بودن جامعه آماری از روش تمار شماری برای نمونه‌گیری استفاده شده است و تعداد نمونه آماری ۲۵۰ نفر است. ۶۸/۸ درصد از پاسخ‌دهندگان را مردان و ۳۱/۲ درصد آنها زن بودند. ۱۳/۲ درصد پاسخ دهندگان دیپلم، ۱۵/۲ درصد پاسخ دهندگان فوق دیپلم، ۵۰/۴ درصد پاسخ دهندگان لیسانس، ۲۱/۲ درصد پاسخ دهندگان فوق لیسانس بودند.

یکی از قوی‌ترین و مناسب‌ترین روش‌های تجزیه و تحلیل در تحقیقات علوم رفتاری و علوم اجتماعی و مباحث سازمان و مدیریت تجزیه و تحلیل چند متغیره است. تجزیه و تحلیل ساختارهای کوواریانس یا مدل سازی علی یا مدل معادلات ساختاری یکی از اصلی‌ترین روش‌های تجزیه و

جدول (۲): محدوده دامنه شاخص و خوبی برازش را نشان می‌دهد.

شاخص برازندگی	برازش خوب	برازش قابل قبول
P-value	$P < 0. 05$	$0. 05 \leq P \leq 0. 1$
RMSEA	$0 \leq RMSEA \leq 0. 05$	$2 \leq X^2 / df \leq 3$
GFI	$0. 95 \leq GFI \leq 1$	$0. 9 \leq GFI \leq 0. 95$
AGFI	$0. 9 \leq AGFI \leq 1$	$0. 85 \leq AGFI \leq 0. 9$

۵- یافته‌های حاصل از روابی سازه‌های و شاخص‌های مربوط به عامل‌های اصلی الگوی تحقیق

جدول (۳): شاخص‌های برازش الگوی اصلی تحقیق

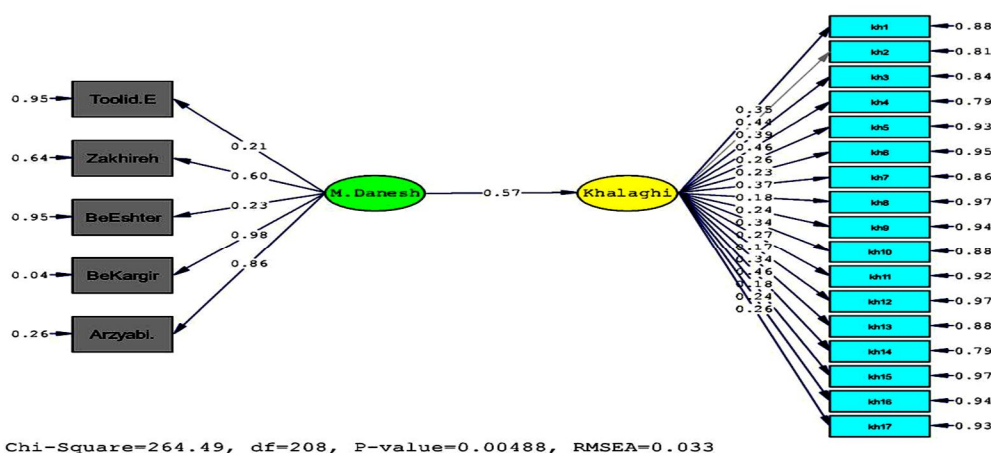
AGFI	GFI	RMSEA	P-VALUE	DF	CHI-SQUARE
0.89	0.91	0.033	0.00488	208	264.49

نتایج مربوط به تحلیل عاملی تاییدی شاخص‌های مربوط به عامل‌ها در جدول (۱) ارائه شده است. نتیج نشان داد که کلیه بارهای عاملی و آماره T در سطح قابل قبولی هستند. همه سؤالات مربوط به عامل‌ها دارای مقدار بار عاملی بالاتر از ۰/۵ هستند یعنی مقدار بار عاملی همه سؤالات قابل قبول است. همچنین مقدار T برای همه سؤالات بالاتر از ۱/۹۶ است که معنادار بودن کلیه روابط بین هر عامل و شاخص را نشان می‌دهد.

۶- بررسی الگوی ساختاری تحقیق

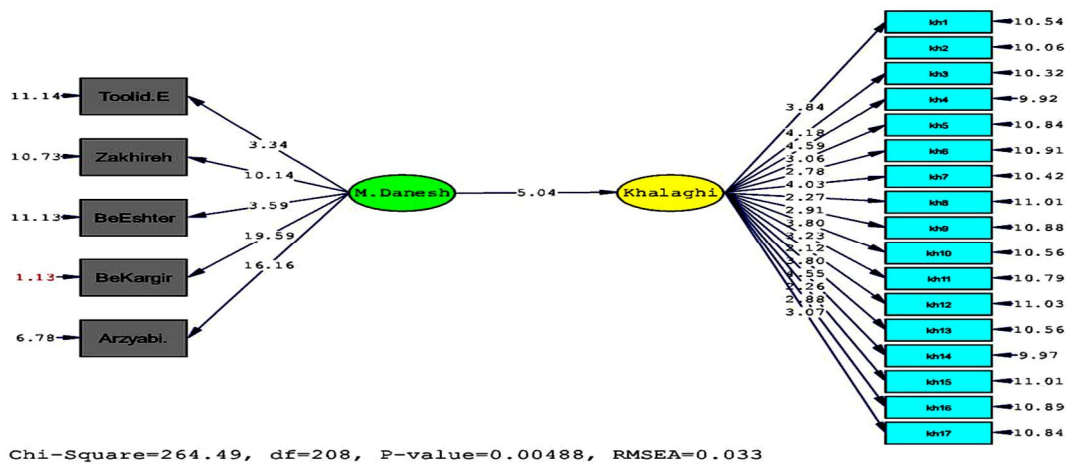
شکل (۲)، میزان تاثیر هر یک از متغیرها و یا گویه‌ها را در توضیح واریانس نمرات متغیر یا عامل اصلی را نشان می‌دهد و میزان سطح معناداری بین متغیرهای تحقیق را نشان می‌دهد. بنابراین فرضیه اصلی تحقیق تایید می‌شود. مدل زیر، مدل ساختاری بین مدیریت دانش و خلاقیت سازمانی را در حالت تخمین استاندارد نشان می‌دهد. نتایج تخمین (قسمت زیرین شکل) حاکی از مناسب بودن مدل است. با توجه به خروجی لیزرل مقدار X^2 محاسبه شده برابر ۴۹/۲۶۴ می‌باشد. پایین بودن این شاخص نشان دهنده تفاوت اندک میان مدل مفهومی با داده‌های مشاهده شده است تحقیق است. همچنین مقدار RMSEA برابر با ۰/۰۳۳ می‌باشد که نشان از خوبی برازش دارد. حد مجاز RMSEA، ۰/۰۸ است؛ مشاهده می‌شود که این مقدار کوچکتر از این حد مجاز است که این مقدار نیز نشان از خوبی برازش دارد. هر چه این مقدار کوچکتر باشد مدل دارای برازش بهتری است. شاخص X^2/df نیز هر چه کمتر باشد بهتر است و نباید بیشتر از ۲ باشد؛ مشاهده می‌شود که این مقدار کمتر از ۲ است نشان از خوبی برازش دارد. برازندگی مدل شاخص GFI و AGFI یعنی اندازه‌ای از مقدار نسبی واریانس‌ها و کوواریانس‌هاست که به گونه‌ای مشترک بوسیله مدل توجیه می‌شود. هر چه این مقدار به یک نزدیکتر باشد، برازش داده‌ها مناسب‌تر خواهد بود. این مقدار در اینجا ۰/۹۱ و ۰/۸۹ برابر است که مناسب می‌باشد.

شکل (۲) و (۳) الگوهای تحقیق را در حالت تخمین و معناداری بارهای عاملی و ضرایب استاندارد نشان می‌دهد. با توجه به این الگوها می‌توان ضرایب مسیر را برآورد و سپس آزمون کرد. روابط بین متغیرها در شکل که تحت عنوان معادلات ساختاری نام برده می‌شوند، برای آزمون فرضیات استفاده می‌شوند. تمامی ضرایب با استفاده از آماره t آزمون می‌گردند. این آماره زمانی معنادار می‌شود عدد معناداری بزرگتر از ۱/۹۶+ یا کوچکتر از ۱/۹۶- باشد. در این الگو اندازه گیری همانطور که مشاهده می‌کنید کلیه پارامترها در محدوده مجاز قرار گرفته‌اند. جدول زیر بیانگر مهم‌ترین این شاخص‌ها است و نشان می‌دهد که الگو به منظور تبیین و برازش از وضعیت مناسبی برخوردار است. تمامی این شاخص‌ها حاکی از تناسب الگو با داده‌های مشاهده شده می‌باشد، شاخص‌های تناسب الگو، بیانگر مناسب بودن الگوی اندازه گیری می‌باشد. زیرا نسبت کای دو بر درجه آزادی کمتر از ۳، شاخص RMSEA زیر ۰/۰۸ و مابقی شاخص‌ها نیز قابل قبول هستند.



شکل (۲): الگو در حالت تخمین استاندارد

شکل (۳)، قسمت معناداری ضرایب و پارامترهای بدست آمده مدل ساختاری را در نشان می‌دهد. چنانچه عدد معناداری بزرگتر از ۱/۹۶+ یا کوچکتر از ۱/۹۶- باشد رابطه موجود در مدل پژوهش معنادار خواهد بود که نشان می‌دهد کلیه روابط معنادار می‌باشند.



شکل (۳): الگو در حالت ضرایب معناداری

۷- نتایج آزمون رگرسیون خطی ساده:

جدول (۴): رگرسیون خطی ساده

معادله خط رگرسیون	Coefficients		R Square	متغیر مستقل	متغیر وابسته
	B	ANOVA (Sig.)			
$Khalaghiyat = 3.605 + .173Toolid. Ektesab. D$	Constant= 3.605 Toolid. Ektesab. D = .173	.000	.102	تولید و اکتساب دانش	خلاقیت سازمانی
$Khalaghiyat = 3.001 + .307Zakhireh. Sazmandehi. D$	Constant= 3.001 Zakhireh. Sazmandehi. D = .307	.000	.158	ذخیره و سازماندهی دانش	
$Khalaghiyat = 3.646 + .157BeEshterakgozary. D$	Constant= 3.646 BeEshterakgozary. D = .157	.000	.111	به اشتراک گذاری دانش	
$Khalaghiyat = 3.096 + .283Arzyabi. D$	Constant= 3.096 Arzyabi. D = .283	.000	.125	ارزیابی دانش	
$Khalaghiyat = 2.753 + .364BeKargiry. D$	Constant= 2.753 BeKargiry. D = .364	.000	.209	بکارگیری دانش	

آزمون رگرسیون خطی ساده، بین تولید و اکتساب دانش، ذخیره و سازماندهی دانش، به اشتراک‌گذاری دانش، ارزیابی دانش، بکارگیری دانش انجام شد و با توجه به نتایج جدول ۴ مقدار R Square برای هر یک به ترتیب ۰/۱۰۲، ۰/۱۵۸، ۰/۱۱۱، ۰/۱۲۵، ۰/۲۰۹ می‌باشد که این

می‌توان اشاره نمود.

۹- منابع و مأخذ:

- [۱] احمدپور داریانی، محمود. (۱۳۸۱)، کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها، نشر مولف، تهران.
- [۲] ابطی، سید حسین. صلواتی، عادل. (۱۳۸۵)، مدیریت دانش در سازمان
- [۳] الهی، محمود. (۱۳۸۷)، بررسی عوامل مؤثر بر خلاقیت و نوآوری سازمانی از دیدگاه مدیران سازمان‌های دولتی مراکز استان کرمان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان.
- [۴] اورمزدی، نوشین. (۱۳۸۶)، تبیین و سنجش عوامل زمینه‌ای برای استقرار مدیریت دانش در شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی تهران
- [۵] انصاری، محمد حسین. (۱۳۸۹)، مدیریت دانش و خلاقیت در اداره کل تربیت بدنی استان تهران، مدیریت ورزشی، تابستان ۱۳۹۰
- [۶] انتظاری، علی. (۱۳۸۵)، مقایسه فرهنگ دانایی بین موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی، تهران: موسسه عالی آموزش و پژوهش سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، دانشکده صنعت هواپیمایی کشور، پایان‌نامه کارشناسی ارشد.
- [۷] بیات، حمیدرضا. (۱۳۷۵)، بررسی و تجزیه و تحلیل اثرات فرهنگ سازمانی بر روی خلاقیت و نوآوری سازمانی در سطح سازمان‌های دولتی استان زنجان، تهران: دانشگاه علامه طباطبائی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت دولتی
- [۸] توربان، افرام، (۲۰۰۶)، فناوری اطلاعات در مدیریت، ترجمه حمیدرضا ریاحی، انتشارات دانشگاه پیام نور.
- [۹] رحیمی، حمید. (۱۳۸۶)، بررسی رابطه بین مؤلفه های مدیریت دانش و میزان خلاقیت اعضای هیأت علمی دانشگاه اصفهان، اولین همایش ملی دانش مدیران.
- [۱۰] شجاعی، عارف. (۱۳۸۷)، بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و مدیریت دانش در شرکت مخابرات ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه علامه طباطبائی تهران.
- [۱۱] عدلی، فریبا. (۱۳۸۴)، مدیریت دانش حرکت به فراسوی دانش، تهران: انتشارات فرانشناختی اندیشه، چاپ اول.
- [۱۲] عبدالکریمی، مهوش. (۱۳۸۲)، مدیریت دانش، فن‌آوری و خلاقیت و نقش آن در افزایش کارایی و اثربخشی فرایندها، پیام مدیریت موفق، دی ماه، صص ۴۹-۳۴.
- [۱۳] غنی‌زاده، محمود. (۱۳۸۵)، تحقق سازمان‌های دانش‌محور در گرو استقرار دولت الکترونیک است، نشریه برنامه. شماره ۲۳۷.
- [۱۴] فتحیان، محمد. بیگ، لیلا. قوامی‌فر، عاطفه. (۱۳۸۴)، نقش مدیریت دانش ضمنی در خلاقیت و نوآوری، تدبیر، شماره ۱۶۴، دی ۱۳۸۴.
- [۱۵] نیاز آذری، کیومرث. حاجی قلیخانی، بی‌بی سعیده. (۱۳۸۹)، بررسی نقش مدیریت دانش بر خلاقیت دبیران در مدارس متوسطه، فصلنامه مدیریت، سال‌هشتم، شماره ۲۱، بهار ۱۳۹۰.

مقادیر بیانگر این مطلب است که ۱۰/۲٪ از تغییرات خلاقیت سازمانی، تحت‌تأثیر تولید و اکتساب دانش، ۱۵/۸٪ از تغییرات خلاقیت سازمانی، تحت‌تأثیر ذخیره و سازماندهی دانش، ۱۱/۱٪ از تغییرات خلاقیت سازمانی، تحت‌تأثیر به اشتراک‌گذاری دانش، ۱۲/۵٪ از تغییرات خلاقیت سازمانی، تحت‌تأثیر ارزیابی دانش، ۲۰/۹٪ از تغییرات خلاقیت سازمانی، تحت‌تأثیر بکارگیری دانش می‌باشد و بر اساس نتایج تحلیل ANOVA وجود رابطه خطی بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته تایید می‌شود.

۸- بحث و نتیجه‌گیری

در این تحقیق به بررسی تأثیر مدیریت دانش بر خلاقیت سازمانی پرداخته شد. یافته‌های حاصل از بررسی الگوی ساختاری تحقیق نشان می‌دهد هنگامی که تعامل و ارتباط ابعاد مدیریت دانش با یکدیگر و تأثیر توأم متغیرهای مستقل بر متغیرهای وابسته مورد بررسی قرار می‌گیرد، متغیر مستقل بر متغیر وابسته تأثیرگذار است. (بر اساس تحلیل مدل معادلات ساختاری) فرضیه‌ی اصلی تحقیق (مدیریت دانش بر خلاقیت سازمانی کارکنان تأثیر گذار است) تایید می‌شود و یافته‌های بدست آمده با نتایج تحقیقات رحیمی [۹]، انصاری [۵]، الهی [۳]، جوکار [۱۶]، ویتوم و روی [۳۱]، نیاز آذری [۱۵] و همچنین هنگامی که رابطه بین متغیرهای مستقل (تولید و اکتساب دانش و ذخیره و سازماندهی دانش و به اشتراک‌گذاری دانش و بکارگیری دانش و ارزیابی دانش) و متغیرهای وابسته (خلاقیت سازمانی) بصورت تک تک و بدون تعامل و ارتباط عوامل با یکدیگر مورد بررسی قرار می‌گیرد. تمامی ابعاد مدیریت دانش تأثیر مثبتی بر خلاقیت سازمانی دارند (بر اساس تحلیل رگرسیون)؛ پنج فرضیه‌ی فرعی تحقیق تایید می‌شوند. جهت بهبود و ارتقا عامل مدیریت دانش و خلاقیت سازمانی در شرکت مخابرات برگزاری دوره‌های آموزشی که نیازهای دانشی کارکنان را تامین کند، کمک مدیران به کارکنان در استفاده از آموخته‌هایشان در محیط کار، تبادل اطلاعات کارکنان درباره فعالیت‌های کاری موفق و ایده‌های خوب با یکدیگر، شناخته شدن اهمیت مدیریت دانش در سازمان برای کلیه کارکنان، تعهد و حمایت همه جانبه مدیریت از کارکنان خلاق، استقبال رهبران سازمان از تغییرپذیری کارکنان و دادن پاداش به ایده‌های خلاق عملی پیشنهاد می‌شود و برای تحقیقات آتی بررسی راهکارهای تقویت خلاقیت سازمانی در سازمان‌ها و شرکت‌های خصوصی، بررسی تأثیر دوره‌های آموزشی در افزایش خلاقیت سازمانی کارکنان، بررسی و شناخت عوامل مؤثر فردی و سازمانی در جهت افزایش خلاقیت سازمانی کارکنان، بررسی نقش مدیریت دانش در بهبود عملکرد کارکنان در سازمان‌های خدماتی و ارائه خدمت‌رسانی مناسب به ارباب رجوع پیشنهاد می‌شود. از مهمترین محدودیت‌های تحقیق: تأثیرگذاری برخی متغیرهایی که خارج از کنترل پژوهشگر است، بر نتایج پژوهش دور از ذهن نیست و بازه زمانی محدود و کمبود نمونه‌های مورد نیاز برای تحقیقی جامع‌تر و عدم درک یکسان برخی کارکنان از بعضی مفاهیم پرسشنامه که ممکن است در پاسخ‌های آنان تأثیر گذارد

- [۱۶] نیر، نجمه. جوکار، عبدالرسول. (۱۳۹۰). رابطه‌ی بین مدیریت دانش و خلاقیت در میان کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی شهر شیراز، مدیریت اطلاعات سلامت، دوره‌ی نهم، شماره‌ی دوم، خرداد و تیر ۹۰.
- [17] Adams, R., Bessant, J., Phelps, R., (2006), **Innovation management Measurement: a review**, vol. 8 No. 10, p. 21-47.
- [18] Duffy, D., (1998), **knowledge champions**, CIO (Enterprise section2).
- [19] Drucker, P., (1992), **Managing for the Future: The 1990s and Beyond**, New York: Truman.
- [20] Davenport, T. H., Prusak, L., (1998), **Working Knowledge: How Organizations Manage What the Know**, Boston, Massachusetts, Harvard Business School Press.
- [21] Haskel, E., Thew, J. J., (2010), **Engagement and the Chiara Criscuolo, activities of firms**, International journal of industrial Organization, vol. 28. Issue2. p. 191
- [22] Glaser, R., (1998), **Measuring the Knower: toward a Theory of Knowledge Equity**, California Management Review, Vol. 40, No. 3, P: 175-194.
- [23] Jung, D. I., Chow, C., Wu, A., (2003), **the role of transformational leadership in enhancing organizational innovation: hypotheses and some preliminary findings**, The Leadership Quarterly, Vol. 14 No. 2003, pp. 525-44.
- [24] Mumford, M. D., Licuanan, B., (2004), **Leading for Innovation: conclusions, issues and directions**, The Leadership Quarterly, vol. 15 No. 1, pp. 163-71.
- [25] Mong-Yuan, C., Yu-Chung, H., David, C., Yen, P., Tseng, T. Y., (2008), **The research on the critical success factors of knowledge management and classification framework project in the Executive Yuan of Taiwan Government**, Expert Systems with Applications, 11.
- [26] Malhotra, Y., (1997), **From information management to knowledge management**.
- [27] Rodan, S., (2002), **Innovation and heterogeneous knowledge in managerial contact networks**, Journal of Knowledge Management, vol. 6, No. 2, p. 153-63.
- [28] Sternberg, R., (1991), **An vestment of creativity and its development**, Human Development, 34
- [29] Suru, K., (2009), **Boundaries innovation and knowledge Integration in the Japanese firm**, Vol. 42.
- [30] Toffler, A., (1990), **Power Shift: Knowledge, Wealth and Violence at the Edge of the 21 century**, New York: Bantam Books.
- [31] Whitton, A., Roy, M. C., (2009), **Considering; Edvardasoon**, Allen.
- [32] Wiig, K., (2002), **Application of knowledge management in public administration**.
- [33] Yang, C., (2004), **the construct of the Learn in Organization: Dimensions, Measurement and validate**.