بررسی ارتباط بین مدیریت استراتژیک و مدیریت دانش با نوآوری در واحدهای تولیدی تسمه‌تایم(مطالعه موردی شرکت روان‌ترانس آپادانا)

چکیده

هدف از انجام این پژوهش تعیین ارتباط بین مدیریت استراتژیک و مدیریت دانش با نوآوری در واحدهای تولیدی تسمه‌تایم(مطالعه موردی شرکت روان‌ترانس آپادانا) بود. این پژوهش توصیفی- همبستگی بود. جامعه‌ی آماری، شامل کلیه کارکنان شرکت روان‌ترانس آپادانا بود. برای تعیین حجم نمونه از جدول مورگان استفاده شد. نمونه برآورد شده با استفاده از این جدول ۱۲۷ نفر بود. برای انتخاب تعداد نمونه آماری از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شد. برای اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش از پرسشنامه‌های نوآوری کارکنان از پرسشنامه چوپانی و همکاران، پرسشنامه مدیریت دانش لاوسون و پرسشنامه مدیریت استراتژیک از مدل هیل و جونز استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده از روش‌های مختلف آمار توصیفی (میانگین و انحراف معیار) و آمار استنباطی (ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چندمتغیره) استفاده شد. تجزیه و تحلیل آماری داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۴ انجام گرفت. یافته‌های تحقیق نشان داد که مدیریت دانش و مدیریت استراتژیک بر نوآوری سازمانی و همچنین تأثیر مثبت و معنی‌داری داشته است. طبق تحلیل رگرسیونی حدود ۵۹/۷ درصد از تغییرات در متغیر وابسته(نوآوری) ناشی از تغییرات متغیرهای باقیمانده در مدل رگرسیونی(مدیریت استراتژیک و مدیریت دانش) بوده است.

واژگان کلیدی: نوآوری سازمانی، مدیریت استراتژیک، مدیریت دانش.

مقدمه

در دنیای امروزی، توان سازگاری و اداره کردن تغییرات، عنصر اصلی موفقیت و بقای هر سازمان است و کسب این توانایی‌ها خود، مستلزم توجه سازمان به خلاقیت و نوآوری افراد است. سازمان‌های موفق، سازمان‌هایی هستند که نوآوری و خلاقیت، نوک پیکان حرکت آنان را تشکیل می‌دهد. به عبارتی سازمان‌های امروزی برای ادامه حیات، بایستی پویا بوده و مدیران و کارکنان آنها، افرادی خلاق و نوآور باشند تا بتوانند سازمان را با این تحولات منطبق ساخته و جواب‌گوی نیازهای جامعه باشند. می‌توان گفت

در سیستم اقتصاد جهانی و رقابت روزافزون موجود، نوآوری در حکم بقا و کلید موفقیت سازمان است(به نقل از پرهیزکار و همکاران،۱۳۹۲).

ضرورت وجود خلاقیت و نوآوری در سازمان‌ها تا حدی رسیده است که برخی منابع نبود آن را با نابودی سازمان در درازمدت یکی دانسته‌اند(محمدی، ۱۳۸۴). سازمانی که خلاقیت و نوآوری نداشته باشد، نمی‌تواند بقا یابد و در طول زمان از صحنه محو می‌شود. از این رو سازمان‌ها پیوسته در جستجوی راه‌هایی هستند تا خلاقیت و نوآوری را (هم در سطح فردی و هم در سطح سازمانی) تقویت نموده و موانع آن را در سازمان برطرف نمایند(همان منبع). زیرا افزایش خلاقیت در سازمان‌ها می‌تواند به ارتقای کمیت و کیفیت خدمات، کاهش هزینه‌ها، جلوگیری از اتلاف منابع، افزایش رقابت، افزایش کارایی و بهره‌وری، ایجاد انگیزش و رضایت شغلی منجر شود(رانگ[1]، ۲۰۰۳). نوآوری عبارت است از عملی و کاربردی ساختن افکار و اندیشه‌های نو ناشی از خلاقیت، به عبارت دیگر، در خلاقیت اطلاعات به دست می‌آید و در نوآوری، آن اطلاعات به صورت‌های گوناگون عرضه می‌شود. سازمان‌های موفق، سازمان‌هایی هستند که خلاقیت و نوآوری، نوک پیکان حرکت آنان را تشکیل می‌دهد(چائو و همکاران[2]، ۲۰۱۲). سازمانی که خلاقیت و نوآوری نداشته باشد، نمی‌تواند بقا یابد و در طول زمان از صحنه محو می‌شود(ژائو و همکاران[3]،۲۰۱۵). براساس روند کنونی جهان، نوآوری نقش مهمی در توسعه اجتماعی و اقتصادی ایفا می‌کند و به‌عنوان منبع اصلی رشد اقتصادی شناخته می‌شود (گورسوی[4]،۲۰۱۶). بنابراین نوآوری به عنوان یک عنصر فعال کننده حیاتی شرکت‌ها به منظور ایجاد ارزش و مزیت رقابتی پایدار در محیط پیچیده و در حال تغییر امروزی به شمار می‌آید. شرکت‌هایی که از نوآوری بالاتری برخوردار می‌باشند، در زمینه اعمال واکنش در برابر محیط‌های در حال تغییر سریع‌تر عمل نموده و توانایی توسعه قابلیت‌های جدیدی را خواهند داشت که به آنها اجازه می‌دهد به عملکرد بهتری دست یابند(هونگ و چان[5]،۲۰۰۹).نقطه آغازین نوآوری به شدت به دانش و تخصص و تعهد منابع انسانی به عنوان ورودی‌های اصلی در فرایند خلق ارزش و نوآوری وابسته است. با استفاده از اقدامات متمایز مدیریت استراتژیک یا مدیریت منابع انسانی(آموزش، پاداش، ارزیابی عملکرد، استخدام، مشارکت کارکنان)، سازمان‌ها می‌توانند کارکنان را وادار به تفکر خلاقانه و نوآوری کنند(دامن‌پور و مارگیوریت[6]،۲۰۰۸). لزوم نگاه مدیریت استراتژیک در سازمان‌ها و شرکت‌ها موضوعی انکارناپذیر است که با تحولات محیطی بر اهمیت آن افزوده می‌شود (آرمسترانگ[7]،۲۰۰۶). رویکرد استراتژیک منابع انسانی بر تمام جنبه‌های کلی سازمان، رفتارهای خلاق و

---

[1] Wrong
[2] Chao et al
[3] Xu et al
[4] Gursoy
[5] Huang & Chen
[6] Marguerite
[7] Armstrong

نوآورانه، اثربخشی و یکپارچگی و هماهنگی استراتژیک متمرکز است. این تمرکز منجر به بروز رفتارهایی در کارکنان می‌شود که برتری و مزیت رقابت، سودآوری، رشد و ارزش بازار را به همراه می‌آورد(هوسه لید[8] و همکاران، ۱۹۹۷؛ به نقل از بالوندی و زردشتیان،۱۳۹۸). پژوهش‌های متعدد با تأیید این مطلب نشان می‌دهند، بنگاه‌ها و سازمان‌ها جهت ادامه‌ی حیات نیازمند نوآوری هستند. سازمان‌ها با ظرفیت بالای نوآوری می‌توانند با انطباق مناسب محیطی و توسعه توانمندی‌های جدید به مزیت رقابتی و عملکرد بالا دست یابند. برای توسعه نوآوری در سازمان مدیران باید کارکنان خلاقی را استخدام کنند که انعطاف‌پذیر، ریسک‌پذیر و دارای تحمل عدم اطمینان و ابهام باشند(لطفی یامچی و همکاران، ۱۳۹۶). از عوامل دیگری که با نوآوری سازمان‌ها و کارکنان مرتبط است، می‌توان به مدیریت دانش اشاره داشت. هر سازمانی که قادر به دانش‌آفرینی نباشد یا این که نتواند دانش موجود را جهت بهره برداری از آن در حال و آینده سازماندهی و درنهایت مدیریت نماید به احتمال زیاد نمی‌تواند انتظار نوآوری داشته باشد، چرا که چنین سازمانی نه تنها قادر به استفاده از دانسته‌هایش نیست بلکه به احتمال فراوان به صورت پیاپی اقدام به دوباره کاری نموده، دقت و انرژی از دست خواهد داد سازمان‌های فاقد نوآوری در محیط کسب‌وکار امروزی شانس زیادی در برابر رقبا نخواهند داشت(فراپوئولو[9]،۲۰۰۶؛ به نقل از رستگار و همتی،۱۳۹۵). مبنای ثروت‌آفرینی در اقتصاد امروز، دانش و تخصص است، به گونه‌ای که کارآفرینان از دانش و اطلاعات ثروت می‌آفرینند. لیسترو تارو[10] در کتاب ثروت‌آفرینان از انقلابی خبر داد که حرکت خود را از اندیشه‌ها گرفته و دوران معاصر، دوره چیره شدن دانش و تخصص‌های جدید است همچنین، در برنامه‌ریزی به اهمیت نقش دانش، فناوری و مهارت به عنوان اصلی‌ترین عوامل ایجاد ارزش‌افزوده توجه ویژه‌ای نشان دادند(احسانی، مشبکی و هادی‌زاده، ۱۳۹۱). یکی از مهمترین کمک‌های مدیریت دانش در این زمینه، آسان‌سازی نوآوری در سازمان است؛ به عبارتی در فضای فناورانه امروزی، نوآوری برای سازمان‌ها الزامی و راز بقای آنها در نوآوری نهفته است. بنابراین بیشتر سازمان‌ها در جستجوی افکار جدید و نوآوری هستند تا از این طریق به بهبود عملکرد مالی دست یابند(رحیمی،۱۳۹۶). در همین راستا، متخصصان سازمان تلاش می‌کنند تا برای استفاده از دانش برای عرضه محصولات یا خدمات جدید مورد نیاز مشتریان، گام بردارند و زیرساختی ایجاد کنند که نوآوری به فرایندی مستمر در سازمان تبدیل شود. متخصصان مدیریت دانش بر این عقیده هستند که ساختارهای نوآوری و فرایندهای مدیریت دانش قابل انطباق است(محمدزاده،۱۳۸۹).

اجلی، مظفری و طلوعی(۱۴۰۱) مطالعه‌ای تحت عنوان «تأثیر مدیریت استراتژیک منابع انسانی با قابلیت نوآوری بر عملکرد نوآوری» انجام دادند.یافته‌ها حاکی از آن بود که مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر عملکرد نوآوری از طریق نقش میانجی قابلیت نوآوری؛ مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر قابلیت نوآوری؛

---

[8] Huselid
[9] Frappaolo
[10] Listero taro

مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر عملکرد نوآوری، و قابلیت نوآوری تاثیر معنی‌داری دارد. مومیوند، نوری، اسکندری و اخوان(۱۴۰۰) با بررسی رابطه بین مدیریت دانش و مدیریت خلاقیت و نوآوری سازمانی نشان دادند بین ابعاد مدیریت دانش شامل کسب دانش، خلق دانش، کاربرد دانش، انتقال دانش، حفظ دانش، نوآوری در مدیریت دانش و مستندسازی نتایج مدیریت دانش با مدیریت خلاقیت و نوآوری سازمانی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین ضریب پیرسون برای فرضیه‌های تحقیق نشان از شدت این رابطه و همسویی دارد. این نتایج توجه مدیران را برای بهبود نوآوری در سازمان به ابعاد مدیریت دانش ضروری می‌نماید.سعیدی مبارکه(۱۴۰۰) در مطالعه‌ای به «بررسی اثرگذاری مدیریت استراتژِیک منابع انسانی بر ماندگاری سازمانی» پرداخته است. نتایج حاصل نشان دهنده رابطه همبستگی مثبت بین استراتژی انتخاب و استخدام کارکنان و آموزش و ارتقا شغلی و ارزیابی عملکرد شغلی و ماندگاری سازمانی و عدم وجود همبستگی بین نظام جبران و پاداش و ماندگاری سازمانی در جمعیت آماری مورد مطالعه بود. پیل پا و فرخیان (۱۳۹۹) پژوهشی با عنوان «تأثیر مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر عملکرد سازمانی با توجه به نقش واسطه گرایش کارآفرینانه» انجام دادند. نتایج این تحقیق حاکی از تاثیر مثبت و معنادار مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر گرایش کارآفرینانه و تاثیر مثبت و معنادار مدیریت استراتژیک منابع انسانی و گرایش کارآفرینانه بر عملکرد سازمانی بود. همچنین، نقش گرایش کارآفرینانه به عنوان متغیر واسط، مورد تایید قرار گرفت. با توجه به نتایج این تحقیق، پیشنهاد شده است که سازمانها، مدیریت استراتژیک منابع انسانی را به کار گیرند و عوامل موثر بر تقویت گرایش کارآفرینانه را شناسایی و از این طریق عملکرد خود را افزایش دهند. بالوندی و زردشتیان(۱۳۹۸) در پژوهشی به بررسی اثر شیوه‌های مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی نوآوری سازمانی در کارشناسان وزارت ورزش و جوانان» پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد، مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر عملکرد سازمانی با ضریب (۰/۴۴)، مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر نوآوری سازمانی با ضریب (۰/۷۷) و نوآوری سازمانی با ضریب (۰/۵۸) بر عملکرد سازمانی، اثر معنی داری دارد. نتایج معادلات ساختاری نیز نقش میانجی نوآوری سازمانی را در جامعه پژوهش تایید کرد. بهرامی، مشتاقی و رکرک (۱۳۹۷) در مطالعه‌ای تأثیر رفتارهای تسهیم دانش کارکنان بر نوآوری در خدمات و فرآیندها در فدراسیون‌های منتخب ورزشیرا مورد مطالعه قرار دادند.نتایج پژوهش نشان داد وضعیت متغیر وضعیت متغیرهای تسهیم دانش و نوآوری در خدمات و فرآیندها از حد متوسط بیشتر است. همچنین نتایج حاصل از مدل‌یابی معادلات ساختاری نشان داد رفتارهای تسهیم دانش بر نوآوری در خدمات و نوآوری در فرآیندها تأثیر مثبتی دارد. جهت بهبود تسهیم دانش در فدراسیون‌های ورزشی نیاز به ارتقا نوآوری در خدمات و فرایندها وجود دارد. به عبارتی نوآوری در خدمات و فرایندها سبب ایجاد بستری جهت بهبود رفتارهای تسهیم دانش می‌گردد.حاجی‌زاده و سرداری(۱۳۹۷) با بررسی تأثیر مدیریت دانش بر بهبود عملکرد نوآورانه سازمان با تأکید بر نقش میانجی

یادگیری سازمانی در هولدینگ تولید محصولات پتروشیمی قائد بصیر) به این نتیجه دست یافتند که مدیریت دانش با مدنظر قرار دادن یادگیری سازمانی به عنوان متغیر میانجی بر عملکرد نوآورانه در هولدینگ مورد مطالعه، تأثیری مثبت و مستقیم داشته است. همچنین، فرضیات فرعی پژوهش تأیید می‌کند که زیرفرایندهای مدیریت دانش اعم از خلق، ذخیره‌سازی، تسهیم و به کارگیری دانش بر بهبود عملکرد نوآورانه سازمان تأثیر مثبت دارد. هانی[11] (۲۰۲۱) در مطالعه خود ارتباط متغیرهای برنامه ریزی منابع انسانی، هدف استراتژیک و نوآوری سازمانی را تحت آزمون قرار داد. نتایج پژوهش وی نشان داد که متغیر نوآوری سازمانی در نهایت تحت تغییرات متغیرهای برنامه ریزی منابع انسانی و هدف استراتژیک می‌تواند تغییر نماید. بیوکوزنگ و مونین[12] (۲۰۱۷) در پژوهشی «مدیریت دانش و عملکرد سازمانی با تأکید بر اهمیت نوآوری» را بررسی کردند. یافته‌های پژوهش آنها نشان داد که نوآوری، رابطه مدیریت دانش و عملکرد سازمانی شرکت‌های خرد و کلان را به طور کامل میانجیگری می‌کند.بن روی[13] و همکاران (۲۰۱۶) در پژوهشی به بررسی رابطه بین مدیریت منابع انسانی و نوآوری در بخش بانکداری کشور پرتقال پرداختند. نتایج این بررسی که در بانکها و مؤسسات خصوصی کشور پرتقال انجام گرفت، نشان داد که با انتخاب کارکنان آگاه، نوآور و متخصص و پرورش چنین کارکنانی، نوآوری را در صنعت بانکداری شاهد خواهیم بود. فیگوئه ریدو[14] (۲۰۱۶) با بررسی تأثیر مدیریت منابع انسانی را بر مدیریت دانش در شرکتهای خصوصی نشان دادند که بهره‌برداری از دخالت و مشارکت کارکنان از طریق مدیریت دانش برای سازمانها مهم است و مدیریت منابع انسانی رویکردهای اصلی به استنباط و تقویت دانش کارکنان و تخصصی کردن نیازهای اصلی سازمان است.کاسترو و همکاران[15](۲۰۱۳) در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که فرایندهای مدیریت دانش از قبیل اکتساب دانش، اشتراک دانش، تولید دانش و دیگر سرمایه‌های دانشی از قبیل سرمایه انسانی و نیز روابط و ساختار سازمانی بر نوآوری تأثیرگذار است.

در واقع می‌توان گفت که در محیط متغیر و دانش محور کنونی تنها سازمان‌های نوآور می‌توانند موجودیت خود را حفظ کرده و به نیازهای مشتریان و ذی‌نفعان در اسرع وقت پاسخ دهند. درواقع می‌توان گفت که سازمان‌های نوآور بهتر و سریعتر از سایر سازمان‌ها می‌تواند به چالش‌های محیطی پاسخ دهند. نوآوری را می‌توان فرآیند ایجاد تعییرات نو، سازنده و موفق در بازار تعریف کرد. نوآوری پنجره‌ای از فرصت‌های جدید را به روی سازمان می‌گشاید. براین اساس در پژوهش حاضر به بررسی نوآوری در واحدهای تولیدی تسمه‌تایم و عوامل مؤثر در آن از جمله مدیریت استراتژیک و مدیریت دانش پرداخته شده است. در این پژوهش سه متغیر شیوه‌های مدیریت استراتژیک، مدیریت دانش و نوآوری کارکنان با هم مورد بررسی قرار

---

[11] Hani
[12] Byukusenge & Munene
[13] Ben Roy
[14] Figueiredo
[15] Castro et al

می‌گیرد. با توجه به اینکه تاکنون پژوهشی با این سه متغیر و ابعاد آنها در کنار هم در سطح واحدهای تولیدی صورت نگرفته است و یا اینکه اگر تحقیقاتی انجام شده ناکافی است نشان از نو بودن این پژوهش دارد. در این راستا با توجه به مطالبی که در بالا گفته شد این تحقیق به دنبال پاسخگویی به این سوال است که رابطه بین مدیریت استراتژیک و مدیریت دانش با نوآوری کارکنان واحد تولیدی تسمه تایم(روان ترانس آپادانا) چگونه است؟

روش شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نظر هدف، از نوع تحقیقات کاربردی به شمار می رود.همچنین از حیث گردآوری داده‌های این پژوهش توصیفی از آن حیث که به شناخت بیشتر شرایط موجود و یاری دادن به فرایند تصمیم‌گیری منجر می‌شود و از نوع همبستگی است.جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارکنان شرکت روان‌ترانس آپادانا بوده است که در سال ۱۴۰۱ تعداد ۲۰۰ نفر در آن شرکت مشغول به کار بودند. در این پژوهش برای تعیین حجم نمونه نیز از جدول مورگان استفاده شد که طبق این جدول تعداد نمونه آماری برابر ۱۲۷ بدست آمد.شیوه نمونه‌گیری به صورت نمونه گیری تصادفی ساده بوده است. در این پژوهش برای سنجش مدیریت استراتژیک از پرسشنامه مدل هیل و جونز (۲۰۰۷)شامل پنج مؤلفه هدف گذاری، تحلیل محیطی، تنظیم استراتژی، اجرای استراتژی و ارزیابی استراتژی و همچنین پرسشنامه مدیریت دانش لاوسون(۲۰۰۳) برای سنجش شش مولفه دانش آفرینی، جذب، سازماندهی، ذخیره، انتشار و بکارگیری دانش و برای سنجش نوآوری کارکنان از پرسشنامه چوپانی و همکاران(۱۳۹۰) که دارای سه بعد تولیدی، فرایندی و اداری است استفاده گردید. ضریب پایایی پرسشنامه‌ها بر اساس آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۹۶۲ ، ۰/۹۵۳ و ۰/۸۸۴ برآورد شده است.تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS نسخه ۲۶ انجام گرفت.برای‌آزمون فرضیه‌ها نیز پس از اطمینان از تست نرمال بودن متغیرها با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنف؛ از آزمون‌های ضریب همبستگی پیرسون و ضریب رگرسیون خطی و چندمتغیره استفاده شد.

یافته های پژوهش

آزمون فرضیات پژوهش

آزمون اولین فرضیه پژوهش: بین مدیریت استراتژیک با نوآوری کارکنان رابطه معنی‌داری وجود دارد.

جدول (۱). همبستگی بین مدیریت استراتژیک و نوآوری کارکنان

متغیرها	نوآوری			
	N	r	P	R^2
مدیریت استراتژیک	۲۱۷	۰/۵۲۰	۰/۰۰۰	۰/۲۰۷

بر اساس آنچه در جدول (۱) قابل مشاهده است، در رابطه بین مدیریت استراتژیک و نوآوری کارکنان در شرکت‌های تولیدی سطح معنی‌داری آزمون p= ۰/۰۰۰ و زیر ۰/۰۵ و مقدار r = ۰/۵۲۰ و R^2 = ۰/۲۰۷ می‌باشد. در نتیجه بین دو متغیر رابطه مستقیم و متوسط معنی‌داری وجود دارد .بر این اساس می توان گفت مدیریت استراتژیک به میزان ۲۰ درصد می تواند میزان نوآوری را در کارکنان پیش بینی کند.

آزمون فرضیه دوم پژوهش:

ابعاد مدیریت استراتژیک بر نوآوری کارکنان در شرکت‌های تولیدی تأثیر معنی‌داری دارد.

جدول (۲). همبستگی بین ابعاد مدیریت استراتژیک و نوآوری کارکنان

متغیرها	نوآوری			
	N	**r**	**P**	R^2
هدف گذاری	۱۲۷	۰/۵۲۵	۰/۰۰۰	۰/۲۷۵
تحلیل محیطی	۱۲۷	۰/۴۷۵	۰/۰۰۰	۰/۲۲۵
تنظیم استراتژی	۱۲۷	۰/۴۶۳	۰/۰۰۰	۰/۲۱۴
اجرای استراتژی	۱۲۷	۰/۳۹۱	۰/۰۰۰	۰/۱۵۲
ارزیابی استراتژی	۱۲۷	۰/۴۳۲	۰/۰۰۰	۰/۱۸۷

بر اساس آنچه در جدول (۱) ملاحظه می‌گردد، در رابطه با ابعاد مدیریت استراتژیک و نوآوری کارکنان سطح معنی‌داری آزمون p= ۰/۰۰۰ و زیر ۰/۰۵ می‌باشد. در نتیجه بین ابعاد مدیریت استراتژیک و نوآوری کارکنان رابطه مستقیم و متوسط معنی داری وجود دارد.

آزمون سومین فرضیه پژوهش: بین مدیریت دانش با نوآوری کارکنان رابطه معنی‌داری وجود دارد.

جدول (۳).همبستگی بین مدیریت دانش و نوآوری کارکنان

متغیرها	**نوآوری**			
	N	**r**	**P**	R^2
مدیریت دانش	۲۱۷	۰/۷۶۳	۰/۰۰۰	۰/۵۸۲

بر اساس آنچه در جدول (۳) ملاحظه می‌گردد، در رابطه بین مدیریت دانش و نوآوری کارکنان در شرکت‌های تولیدی سطح معنی‌داری آزمون p= ۰/۰۰۰ و زیر ۰/۰۵ و مقدار r = ۰/۷۶۳ و R^2 = ۰/۵۸۲ می‌باشد. در نتیجه بین دو متغیر رابطه مستقیم و متوسط معنی‌داری وجود دارد.بر این اساس می توان گفت مدیریت دانش به میزان ۵۸ درصد می تواند میزان نوآوری در کارکنان پیش بینی کند.

آزمون چهارمین فرضیه پژوهش:**ابعاد مدیریت دانش بر نوآوری کارکنان در شرکت‌های تولیدی تأثیر معنی‌داری دارد.**

جدول (۴). همبستگی بین ابعاد مدیریت دانش و نوآوری کارکنان

متغیرها	نوآوری			
	N	r	P	R^2
خلق دانش	۱۲۷	۰/۶۵۹	۰/۰۰۰	۰/۴۳۴
جذب دانش	۱۲۷	۰/۶۵۳	۰/۰۰۰	۰/۴۲۶
سازماندهی دانش	۱۲۷	۰/۶۶۰	۰/۰۰۰	۰/۴۳۵
ذخیره دانش	۱۲۷	۰/۶۴۰	۰/۰۰۰	۰/۴۰۹
انتشار دانش	۱۲۷	۰/۶۸۳	۰/۰۰۰	۰/۴۶۶
کاربرد دانش	۱۲۷	۰/۶۸۶	۰/۰۰۰	۰/۴۷۰

بر اساس آنچه در جدول (۴) ملاحظه می‌گردد، در رابطه با ابعاد مدیریت دانش و نوآوری کارکنان سطح معنی‌داری آزمون p= ۰/۰۰۰ و زیر ۰/۰۵ می‌باشد. در نتیجه بین ابعاد مدیریت دانش و نوآوری کارکنان رابطه مستقیم و قوی معنی داری وجود دارد.

آزمون پنجمین فرضیه پژوهش: نوآوری کارکنان در شرکت‌های تولیدی براساس مدیریت استراتژیک و مدیریت دانش قابل تبیین است.

هدف از کاربرد تحلیل رگرسیون چندمتغیره، پیش‌بینی و تبیین تغییرات و واریانس متغیر وابسته از طریق متغیرهای مستقل است، بعبارتی، تغییر در متغیر وابسته معمولا نتیجه اثرات متغیرهای مستقل متعددی است که همزمان عمل می‌کنند. در این تحقیق نیز نوآوری کارکنان از عوامل متعددی تأثیر می‌پذیرد، هر یک از این متغیرهای مستقل عاملی برای برآورد جنبه‌های متفاوتی از متغیر وابسته بشمار می‌رود و می‌توان انتظار داشت که هر یک از عوامل و متغیرها، سهمی در شکل‌گیری نوآوری کارکنان داشته باشد. در تحلیل رگرسیون چندمتغیره، برای پیش‌بینی و تبیین متغیر وابسته از متغیرهای مستقل استفاده می‌شود. برای پردازش شکل‌های تبیین کننده تأثیر مدیریت استراتژیک و مدیریت دانش از شکل رگرسیونی به روش گام به‌گام[16] استفاده شد. در روش رگرسیون گام‌به‌گام، متغیرهای مستقلی که در رگرسیون دارای سطح معنی‌داری نزدیک به صفر باشند، برای شکل‌های بعدی انتخاب می‌شوند. برای اجرای این آزمون می‌بایست پیش فرضیه تحلیل رگرسیون اجراء شود تا نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون قابل استناد باشند. این پیش‌فرض‌ها عبارتند از: ۱- تبیین مدل: با استفاده از مجذور R تنظیم شده بررسی می‌شود. ۲- استقلال بین خطاها: با آزمون دوربین واتسون مورد سنجش قرار می‌گیرد. ۳- نرمال بودن باقیمانده استاندارد رگرسیون: با نمودار هیستوگرام مورد سنجش قرار می‌گیرد. ۴- بررسی معنی‌داری و برازش مدل: با آزمون آنوا مورد سنجش قرار می‌گیرد(با استفاده از این آزمون می‌توان نتیجه گرفت که نتایج به دست آمده در نمونه قابل تعمیم به جامعه می‌باشد و بعبارتی،

[16] Stepwise

مدل معنادار بوده و قابلیت برازش دارد). جدول (۵) به بررسی میزان تبیین مدل رگرسیون و استقلال بین خطاها می‌پردازد.

جدول(۵) تبیین مدل رگرسیون و استقلال بین خطاها

گام	R	مجذور R	مجذور R تنظیم شده	دوربین واتسون
۱	۰/۷۶۳	۰/۵۸۲	۰/۵۷۹	
۲	۰/۷۷۷	۰/۶۰۳	۰/۵۹۷	۱/۶۱۷

براساس آنچه در جدول(۵) مشاهده می شود مجذور R تنظیم شده برابر ۰/۵۹۷می‌باشد، بطوریکه حدود ۵۹/۷ درصد از تغییرات در متغیر وابسته ناشی از تغییرات متغیرهای باقیمانده در مدل رگرسیونی(مدیریت استراتژیک و مدیریت دانش) می‌باشد. مقدار دوربین واتسون مابین ۱/۵ تا ۲/۵ می‌باشد، لذا فرض استقلال بین خطاها پذیرفته می‌شود و بین خطاهای ایجاد شده در جهت تأثیر متغیرهای پیش‌بین بر متغیر ملاک، هم‌خطی وجود ندارد.

جدول (۶) بررسی معنی‌داری و برازش مدل

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره F	سطح معنی‌داری
رگرسیون	۷۵۴۳/۱۷۵	۱	۳۷۷۱/۵۸۸	۹۴/۳۲۳	۰/۰۰۰
باقیمانده	۴۹۵۸/۲۷۳	۱۲۵	۳۹/۹۸۶		
مجموع	۱۲۵۰۱/۱۴۴۹	۱۲۶	--		

مطابق جدول(۶) سطح معناداری بدست آمده از آماره F کمتر از ۰/۰۰۱ می‌باشد، لذا مدل رگرسیون معنادار می‌باشد و مدل رگرسیون از برازش مطلوبی برخوردار بوده و می‌توان نتایج به دست آمده از نمونه را به جامعه تعمیم داد. با توجه به اینکه هر چهار پیش شرط استفاده از آزمون رگرسیون رعایت گردید، می‌بایست به ارائه تابعی پرداخته تا با استفاده از آن میزان پیش‌گویی نوآوری کارکنان براساس مدیریت استراتژیک و مدیریت دانش را نشان داد.

جدول(۷) ضرایب متغیرهای رگرسیونی به روش گام‌به‌گام

متغیرهای پیش‌بین	ضرایب خام		ضرایب استانداردشده	t	Sig.
	B	Std.Error	Beta		
مقدار ثابت	۱۶/۹۱۷	۲/۷۹۸	--	۶/۰۴۵	۰/۰۰۰
مدیریت دانش	۰/۳۸۲	۰/۰۳۷	۰/۶۷۴	۱۰/۲۰۴	۰/۰۰۰
مدیریت استراتژیک	۰/۰۸۲	۰/۰۳۲	۰/۱۷۱	۲/۵۹۰	۰/۰۱۱

طبق اطلاعات جدول(۷) مقدار ثابت برابر است با ۱۶/۹۱، ضریب تأثیر مدیریت دانش برابر است با ۰/۳۸۲ و مدیریت استراتژیک ۰/۰۸۲، به عبارت دیگر در ازای تغییر مدیریت دانش به میزان ضرایب مربوطه، نوآوری

کارکنان به میزان یک انحراف معیار تغییر می‌یابد. در نهایت با حذف مقدار ثابت آلفا مدیریت دانش با بتای ۰/۶۷۴ و مدیریت استراتژیک با ۰/۱۷۱ می‌توانند تغییرات متغیر نوآوری را تبیین کنند. در پی پاسخ به این سؤال که بین متغیرهای مستقل بیشترین تأثیر مربوط به کدام متغیر است، مشخص شد که هر دو متغیر در مدل رگرسیونی باقی ماندند.

بحث و نتیجه گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی ارتباط بین مدیریت استراتژیک و مدیریت دانش با نوآوری در واحدهای تولیدی تسمه‌تایم شرکت روان‌ترانس آپادانا به انجام رسید.بررسی آمار جمعیت‌شناختی نشان داد که بیشترین فراوانی مربوط به جنسیت مرد می‌باشد. در ارتباط با مدرک تحصیلی بیشترین فراوانی مربوط به مدرک کاردانی بود. مطالعه تجربه کاری پاسخگویان نشان داد که بیشترین فراوانی مربوط به ۶ تا ۱۰ سال می‌باشد. نمره میانگین وضعیت نوآوری در بین کارکنان مورد مطالعه برابر ۵۲/۸۶ با انحراف معیار ۹/۹۶ بدست آمده است. با توجه به دامنه نمرات طیف از ۱۷ تا ۸۵، وضعیت نوآوری در بین کارکنان ۶۲/۱۸٪ می‌باشد و می‌توان گفت وضعیت نوآوری در بین کارکنان بالاتر از حد متوسط می‌باشد.نمره میانگین وضعیت مدیریت دانش در بین کارکنان مورد مطالعه برابر ۷۵/۴۱ با انحراف معیار ۱۷/۵۸ می‌باشد؛ دامنه نمرات طیف از ۲۴ تا ۱۲۰ بوده است و نمره درصدی برابر ۶۲/۸۴٪ بدست آمده است و می‌توان گفت وضعیت مدیریت دانش در بین کارکنان بالاتر از حد متوسط می‌باشد.نمره میانگین وضعیت مدیریت استراتژیک در بین کارکنان مورد مطالعه برابر ۸۷/۳۲ با انحراف معیار ۲۰/۸۵ می‌باشد و دامنه نمرات طیف بین ۲۷ تا ۱۳۵ بوده است. وضعیت مدیریت استراتژیک در کارکنان ۶۴/۶۸٪ و می‌توان گفت وضعیت مدیریت استراتژیک در بین کارکنان بالاتر از حد متوسط می‌باشد.

نتایج آزمون اولین فرضیه پژوهش نشان داد بین مدیریت استراتژیک با نوآوری کارکنان رابطه مستقیم و متوسط معنی‌داری وجود دارد. همچنین فرضیه دوم مبنی بر ارتباط بین ابعاد مدیریت استراتژیک و نوآوری کارکنان در شرکت‌های تولیدی رابطه مستقیم و متوسط معنی داری وجود داشت. یافته‌های این فرضیه همسو با نتایج تحقیقات هانی (۲۰۲۱)، بن روی و همکاران (۲۰۱۶)، اجلی، مظفری و طلوعی (۱۴۰۱) می‌باشد. این تحقیقات نیز بیانگر تأثیر مثبت مدیریت استراتژیک بر نوآوری سازمانی بود. در توضیح این نتیجه‌گیری می‌توان گفت هدف از مدیریت استراتژیک در سازمان‌ها، کمک به کارکنان در جهت رفع نیازها و همچنین پیشبرد اهداف سازمان است. این هدف از طریق کمک به کارکنان برای انجام بهتر شغل و از طریق توسعه مهارت‌ها، دانش کارکنان و نوآوری برای دستیابی به نیازهای آتی واحد کاری تحقق می‌یابد. موفقیت هر سازمانی در بکارگیری مناسب ابراز، تجهیزات، پول، مواد خام و منابع انسانی آن سازمان می‌باشد و این امر در صورتی امکان‌پذیر است که سازمان‌ها بتوانند مهارتها، توانائی‌ها و خصوصیات فردی

و جمعی به ویژه استعدادها و خلاقیت‌های کارکنان خود را در راستای اهداف سازمان به کار گیرند. نیروی انسانی یکی از ورودیهای سیستم سازمانی می‌باشد. هرچه سازمان بتواند نیروی شایسته‌تر و نوآورتری جذب کرده و بتواند از آن نگهداری و استفاده موثرتری نماید در رسیدن به اهدافش موفق‌تر و نسبت به رقبایش پیشتر است. منابع انسانی مهمترین و حساس‌ترین منبع سازمانی است که می‌تواند هم عامل موفقیت سازمان و هم باعث شکست آن گردد. مدیران نمی‌توانند انتظار نتایج عالی از کارکنان خود داشته باشند، مگر این که از طریق آموزش مناسب و بسترسازی زمینه‌های ایجاد چنین نتایجی را در کارکنان خود ایجاد نمایند. مدیران همواره درگیر برنامه‌ها و استراتژی‌هایی هستند که نتایج و تأثیرات خود را به طور مستقیم و غیرمستقیم بر منابع انسانی می‌گذارند. بنابراین توسعه برنامه‌های خلاقانه و نوآور در سازمان‌ها بدون توجه به عامل انسانی، نظام مدیریت منابع انسانی و نوآوری و بهره‌وری درکل منجر به شکست خواهد شد، چرا که مدیریت استراتژیک به سازمان این امکان را می‌دهد که به شیوه ای خلاق و نوآور عمل کند و برای شکل دادن به آینده‌ی خود، به صورت انفعالی عمل نکند. این شیوه‌ی مدیریت باعث می‌شود که سازمان دارای ابتکار عمل شود و فعالیت هایش را به گونه‌ای درآورد که به بهترین شکل سرنوشت خود را تحت کنترل درآورد. در این گونه سازمان‌ها، همواره به آینده توجه می‌شود و افراد به تفکر و آینده‌نگری وادار می‌شوند. همچنین این سازمان‌ها به عملکرد و رشد بلندمدت، توجه ویژه می‌کنند، چرا که دلیل اصلی بقاء سازمان در عرصه‌ی رقابت فراگیر است. سازمان‌هایی که مدیریت استراتژیک را به کار گرفته‌اند نسبت به سازمان‌هایی که تمرکز آنها صرفاً بر فن‌آوریها و یا زیرساختهاست به مراتب عملکرد بهتری داشته‌اند و موفق‌تر بوده‌اند.

آزمون سومین فرضیه پژوهش نشان داد بین مدیریت دانش و نوآوری کارکنان رابطه مستقیم و متوسط معنی‌داری وجود دارد. همچنین آزمون فرضیه چهارم مبنی بر ابعاد مدیریت دانش بر نوآوری کارکنان در شرکت‌های تولیدی رابطه مستقیم و قوی معنی داری وجود دارد. یافته‌های این تحقیق با مطالعات وان دیود(۲۰۲۱)، سینگ و همکاران(۲۰۱۹)، بیوکوزنگ و مونین (۲۰۱۷)، کاسترو و همکاران (۲۰۱۳)، سیبوچی و مارتین (۲۰۱۲)، مومیوند، نوری، اسکندری و اخوان (۱۴۰۰)، پیل پا و فرخیان (۱۳۹۹)، بالوندی و زردشتیان(۱۳۹۸)، بهرامی، مشتاقی و رک رک (۱۳۹۷)، حاجی‌زاده و سرداری(۱۳۹۷)، هاشمی، اکرادی و یوسفی(۱۳۹۵)، مرتضوی و منیریان (۱۳۹۴)، صفرزاده، تدین، حرمحمدی (۱۳۹۱) در یک راستا می باشد. در این پژوهش‌ها نیز ارتباطی مثبت میان مدیریت دانش و نوآوری وجود دارد که نشان دهنده تایید پنجمین فرضیه پزوهش می باشد.

بر مبنای یافته های این پژوهش پیشنهاد می شود تا با استفاده از روش‌های مختلف میزان آگاهی مدیران و کارکنان از مزیای مدیریت دانش ارتقاء داده شود. برای این منظور واحد آموزش می تواند دوره‌های متناسب در زمینه اهمیت مدیریت دانش و مفاهیم مربوط به آن برگزار نماید. همچنین واحد روابط عمومی می‌تواند

از طریق نصب تابلو، فرستادن پیام به وسیله اتوماسیون اداری و هچنین قرار دادن مطالب مرتبط در سایت سازمان، در این زمینه فرهنگ سازی نماید. استقبال مدیران از ایده‌های نو و تقویت نظام پیشنهادات، تقویت فرهنگ مشارکتی و ایجاد جو باز در سازمان باعث خواهند شد تا نوآوری تقویت شود. گسترش ارتباطات درونی، تیم سازی، مشارکت دادن کارکنان در تصمیم گیری ها، و تقویت روابط غیر رسمی از طریق ایجاد فرصت برای افراد برای عضویت در گروه ها و تشکل های سازمانی می تواند باعث ارتقای جو باز و نوآور در سازمان یا شرکت گردد. همچنین واحد آموزش می تواند از طریق برگزاری دوره های مناسب، کارگاه ها و سیمنارها، کارکنان را با جنبه های مختلف فناوری اطلاعات آشنا نماید. ایجاد سامانه مدیریت دانش برای تسهیم دانش کارکنان، و همچنین نگهداری دانش سازمانی و آموزش افراد در زمینه استفاده از این سامانه می تواند در بهبود فرایند نوآورانه و منعطف‌پذیر در سازمان بسیار موثر باشد.

منابع

احسانی، علی؛ مشبکی، اصغر؛ هادی‌زاده، میلاد. (۱۳۹۱). شناسایی شایستگی‌های کلیدی برای اجرای اثربخش مدیریت دانش در بیمارستانها با رویکرد مدل‌یابی معادلات ساختاری. فصلنامه مدیریت اطلاعات سلامت،(۴۹)،۱۱-۱.

طلوعی، هومن. (۱۴۰۱). تأثیر مدیریت استراتژیک منابع انسانی با قابلیت نوآوری بر اجلی، مهدی؛ مظفری، محمد مهدی؛ فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی، ۱۳(۵۳)،۲۶۴-۲۴۵. عملکرد نوآوری.

بالوندی، علی‌حیدر، زردشتیان، شیرین. (۱۳۹۸). اثر شیوه‌های مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی نوآوری سازمانی در کارشناسان وزارت ورزش و جوانان. مدیریت منابع انسانی در ورزش،۶(۲)، ۲۲۱-۲۳۹.

بهرامی، سوسن،رجایی پور، سعید، آقاحسینی، تقی، بختیار نصرآبادی، حسنعلی. (۱۳۹۰). تبیین رابطه کارکردهای مدیریت استراتژیک منابع انسانی و نوآوری فنی در دانشگاه‌های دولتی استان اصفهان. پژوهش‌نامه مدیریت تحول،۳(۶)، ۹۶-۱۱۵.

بهرامی، شهاب؛ مشتاقی، مهتاب، رک رک، مریم. (۱۳۹۷). بررسی تأثیر رفتارهای تسهیم دانش کارکنان بر نوآوری در خدمات و فرآیندها در فدراسیون‌های منتخب ورزشی. مطالعات دانش‌شناسی،۴(۱۶)، ۱-۱۹.

پرهیزگار، محمدمهدی، دهکردی، فروزنده؛ لطف‌اله،جوکار، علی‌اکبر، درینی، ولی‌محمد. (۱۳۹۲). شناسایی عوامل مؤثر بر نوآوری سازمانی با تکیه بر پارادایم نوآوری باز مطالعه موردی: صنعت نشر کشور. مطالعات مدیریت صنعتی،۱۱(۳۱)، ۱۰۱-۱۲۵.

پیل‌پا، حسین،فرخیان، ساحل. (۱۳۹۹). تأثیر مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر عملکرد سازمانی با توجه به نقش واسطه گرایش کارآفرینانه. پژوهش‌های کاربردی در مدیریت و حسابداری،(۱۷)، ۹۶-۱۱۰.

حاجی‌زاده، پیمان،سرداری، احمد. (۱۳۹۷). تأثیر مدیریت دانش بر بهبود عملکرد نوآورانه سازمان با تأکید بر نقش میانجی یادگیری سازمانی (مورد مطالعه: هولدینگ تولید محصولات پتروشیمی قائد بصیر). فصلنامه مدیریت دانش سازمانی،۱(۲)، ۶۳-۹۳.

رستگار، عباسعلی؛ همتی، امین. (۱۳۹۵). تأثیر مؤلفه‌های مدیریت دانش بر نوآوری سازمان در میان کارکنان دانشگاه سمنان. مطالعات دانش‌شناسی،۲(۷)، ۱۱۹-۱۴۰.

سعیدی مبارکه، مسعود. (۱۴۰۰). بررسی اثرگذاری مدیریت استراتژِیک منابع انسانی بر ماندگاری سازمانی. فصلنامه علمی منابع و سرمایه انسانی،۱(۱)، ۱-۱۷.

لطفی یامچی، خدیجه، کلاته سیفری، معصومه، حسینی، الهه. (۱۳۹۶). مدل ساختاری تأثیر مدیریت استعداد بر بهره‌وری نیروی انسانی و نوآوری در سازمان‌های ورزشی (مورد مطالعه اداره ورزش و جوانان استان آذربایجان شرقی). نشریه مدیریت منابع انسانی در ورزش،۵(۱)، ۳۵-۴۸.

مومیوند، حجت‌اله، نوری، جلال، اسکندری، احمدرضا؛ اخوان، پیمان. (۱۴۰۰). بررسی رابطه بین مدیریت دانش و مدیریت خلاقیت و نوآوری سازمانی (موردمطالعه یک سازمان تحقیقاتی نظامی). فصلنامه توسعه تکنولوژی صنعتی،(۴۵)، ۴۹-۶۱.

Armstrong, M. (2006). A Hand book of Human Resource Management Practice. Kogan Page.

Akhondzade, A., & Vazife, Z. (2016). Evaluation of the Effective Factors on the Success of Knowledge Management in Jahad Nasr Contracting and Construction Company in Sistan Baluchestan. International Journal of Humanities and Cultural Studies (IJHCS) ISSN 2356-5926, 1(1), 1-17.

Ben-Roy, Do., Pi-Wen, Yeh, & Madsen, Jean (2016). Exploring the relationship among human resource flexibility, organizational innovation and adaptability culture. Chinese Management Studies, 4 (10), 233-254.

Byukusenge, E.; Munene, J. C. (2017). Knowledge management and business performance: Does innovation matter? Cogent Business & Management, 4: 1368434 https://doi.org/ 10.1080/ 23311975.2017.1368434.

Chao, C. W., Reid, M. & Mavondo, F. T. (2012). Consumer innovativeness influence on really new product adoption. Australasian Marketing Journal, 20, 211-217.

Damanpour, F., & Marguerite S. (2008). Characteristics of innovation and innovation adoption in public organizations: Assessing the role of managers. Journal of public administration research & theory, 19, 495- 522.

Gursoy, A. and Guven, B. (2016). Effect of innovative culture on intrapreneurship. International Journal of Business and Social Science, Vol. 7, No. 1, pp. 152-162.

Hani, J. B. (2021). The Impact of Human Resource Planning (HRP) in Achieving the Strategic Goal of the Firm With the Moderating Role of Organizational Innovation. International Journal of System Dynamics Applications (IJSDA), 10(4), 1-22.

Huang, J. W & Chen, C. J. (2009). Strategic human resource practices and innovation performance - The mediating role of knowledge management capacity. Journal of Business Research, 62(1), 104-114.

Xu, J., Houssin, R., Caillaud, E. and Gardoni, M. (2015). Macro process of knowledge management for continuous innovation. Journal of Knowledge Management, 14(4), pp. 573-591.

Investigating the relationship between strategic management and knowledge management with innovation in timing belt production units (case study of Ravan Trans Apadana Company)

Abstract

The purpose of this research was to determine the relationship between strategic management and knowledge management with innovation in the time belt production units (case study of Rovantrans Apadana). This research was descriptive-correlational. The statistical population included all the employees of Ravantrans Apadana. Morgan's table was used to determine the sample size. The estimated sample using this table was 127 people. A simple random sampling method was used to select the number of statistical samples. In order to measure the variables of the research, employee innovation questionnaires from Shepherd and colleagues questionnaire, Lawson's knowledge management questionnaire and strategic management questionnaire from Hill and Jones model were used. Different methods of descriptive statistics (mean and standard deviation) and inferential statistics (Pearson's correlation coefficient and multivariate regression) were used to analyze the collected data. Statistical analysis of data was done using SPSS version 24software. The research findings showed that knowledge management and strategic management had a positive and significant impact on organizational innovation. According to the regression analysis, about 59.7% of the changes in the dependent variable (innovation) were caused by the changes in the remaining variables in the regression model (strategic management and knowledge management).

Keywords: Organizational innovation, strategic management, knowledge management.