

بررسی تأثیر فناوری اطلاعات بر نوآوری مدیریت با نقش میانجی دانش سازمانی (مورد مطالعه: اداره کل سازمان تأمین اجتماعی شهرستان‌های استان تهران)

علی اکبر احمدی^۱

الناز میرزایی سی رویی^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۱/۱۸ تاریخ چاپ: ۱۴۰۲/۰۳/۲۷

چکیده

هدف اصلی این تحقیق بررسی تأثیر فناوری اطلاعات بر نوآوری مدیریت با نقش میانجی دانش سازمانی (مورد مطالعه: اداره کل سازمان تأمین اجتماعی شهرستان‌های استان تهران) می‌باشد. این پژوهش به لحاظ طبقه‌بندی بر مبنای هدف، کاربردی است و به لحاظ طبقه‌بندی بر مبنای روش یک تحقیق توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه مورد مطالعه این پژوهش مدیران اداره کل سازمان تأمین اجتماعی شهرستان‌های استان تهران به تعداد ۲۸۰ نفر است. نمونه‌گیری این پژوهش از روش تصادفی طبقه‌ای است. حداقل حجم نمونه مورد نیاز با توجه به فرمول کوکران برابر ۱۶۳ نفر می‌باشد. ابزار گردآوری داده‌ها در این پژوهش پرسشنامه‌های استاندارد بوده که پایایی آن قبل از توزیع با استفاده از شاخص آلفای کرون باخ مورد تأیید قرار گرفت. داده‌های گردآوری شده از طریق نرم افزار spss و Smart-PLS مورد تحلیل قرار گرفتند و با کمک مدل‌سازی معادلات ساختاری فرضیه‌های تحقیق بررسی شدند. نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که فناوری اطلاعات بر نوآوری مدیریت تأثیر مثبت و معنی دار دارد و همچنین دانش سازمانی در این بین نقش میانجی ایفا می‌کنند.

واژگان کلیدی

فناوری اطلاعات، نوآوری مدیریت، دانش سازمانی

۱. هیأت علمی دانشگاه پیام نور-گروه مدیریت دولتی. aliakbarahmadi@pnu.ac.ir

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد پیام نور-گروه مدیریت فناوری اطلاعات. mirzaie6.17@gmail.com

۱. مقدمه

امروزه نوآوری، حوزه‌ای است که توجه بسیاری از شرکت‌ها را به خود جلب کرده است (نیوز و اثری و^۱، ۲۰۲۰). درک این مطلب که بسیاری از رقبا درون یک صنعت، سطح یکسانی از شایستگی‌ها را در حوزه‌های مدیریتی به دست می‌آورند موجب شده بسیاری از شرکت‌ها به‌سوی نوآوری به عنوان یک عامل کلیدی جهت رسیدن به مزیت رقابتی هدایت شوند و در جست‌وجوی عوامل مؤثر بر تقویت نوآوری باشند. در میان عواملی که می‌تواند بر بهبود نوآوری خدماتی اثرگذار باشد، فناوری اطلاعات جایگاه ویژه‌ای را به خود اختصاص داده است (احمدی زنجانی مقدم، ۱۳۹۸).

از دیرباز نوآوری در زمینه‌ی فناوری مورد توجه بسیاری از پژوهشگران قرار گرفته است (نیوز و اصلی و ۲۰۲۰؛ و لب ردا و همکاران^۲، ۲۰۱۳). برای سال‌های متمادی اکثر مطالعات بر روی تولید محصولات جدید (نوآوری محصول) و تکنیک‌های جدید تولید (نوآوری فرآیند) متمرکز بوده است (تشر^۳، ۲۰۰۳). این دیدگاه و چارچوب نظری کلیه مفاهیم و جوانب احتمالی در زمینه‌ی نوآوری را در نظر نمی‌گیرد. یکی از این موارد ظرفیت‌های نوآورانه شرکت‌ها و سازمان‌های خدماتی می‌باشد که از آن غفلت شده است (سوت و ۲۰۱۵؛ کالج^۴، ۲۰۰۲). با این حال، در سال‌های اخیر محققان به متغیر نوآوری در زمینه‌ی بهایی به غیر از فناوری (به عنوان مثال: نوآوری در بازاریابی، نوآوری در مدل کسب و کار و نوآوری مدیریت) نیز توجه داشته‌اند (آرم بر آستر و همکاران^۵، ۲۰۰۸؛ گاری گو و همکاران^۶، ۲۰۱۳). این مفهوم به نوآوری غیر تکنولوژیکی نیز مشهور شده است. طبق راهنمای اسلو^۷، نوآوری غیر تکنولوژیکی تمام فعالیت‌های نوآوری را شامل می‌شود که از نوآوری تکنولوژیک مستثنا هستند. این بدان معناست که این شامل کلیه فعالیت‌های نوآوری شرکت‌هایی است که مربوط به معرفی کالای جدید یا خدمات کاملاً تغییر یافته از نظر فنی یا استفاده از فرآیند جدید یا کاملاً تغییر یافته از نظر فناوری نیستند^۸ (کتاب راهنمای سازمان همکاری و توسعه اقتصادی اتحادیه اروپا^۹، ۲۰۰۵، ص ۸۸). تحقیقات تجربی مربوط به اشکال غیر تکنولوژیکی نوآوری هنوز در مرحله ابتدایی است زیرا اطلاعات کمی در مورد عوامل محرکه و ارتباط آن مشخص است (کردن و همکاران^{۱۰}، ۲۰۱۳).

در زمینه‌ی نوآوری‌های غیر تکنولوژیکی، دانشمندان علاقه فزاینده‌ای به درک چگونگی توسعه و اجرای نوآوری مدیریت نشان داده‌اند (نیوز و اصلی و ۲۰۲۰؛ مو در^۹، ۲۰۱۴). نوآوری در مدیریت شامل تغییراتی در نحوه انجام کار مدیریت می‌باشد. این به معنی تغییر فرآیندهای سنتی می‌باشد. نوآوری در مدیریت ایده‌ها را به ابزار عملی تبدیل می‌کند. این مفهوم هم در ساختار (یعنی نحوه تخصیص مسئولیت) و هم در روش یا تکنیک (یعنی رویه‌هایی که برای انجام یک ماریا هدف خاص استفاده می‌شود) اثرگذار است (و لب ردا و همکاران، ۲۰۱۳). با این حال در مفهوم نوآوری و این که به چه میزان از خلاقیت و تازگی نوآوری گفته می‌شود اختلافات بسیاری بین صاحب‌نظران وجود دارد (دامان پور و آریند^{۱۰}، ۲۰۱۲).

¹ Nieves and Osorio

² Volberda et al.

³ Tether

⁴ Gallouj

⁵ Armbruster et al.

⁶ Gallego et al.

⁷ OECD/Eurostat

⁸ Cerne et al.

⁹ Meuer

¹⁰ Damanpour and Aravind

نوآوری مدیریتی ویژگی‌های متمایز و نسبتاً نامحسوسی می‌باشد که بعضاً احتیاج به زیرساخت خاصی ندارد اما می‌تواند منبعی مهم برای مزیت رقابتی باشد (نیوز و اصلی و ۲۰۲۰؛ مول و برکنشان^۱، ۲۰۰۹؛ واک کار و و همکاران^۲، ۲۰۱۲). این نوع نوآوری یک فرآیند داخلی شرکت است و به‌طور کلی منجر به اقدامات منحصر به فرد و متمایز کننده در سازمان پذیرنده می‌شود (دامانیور و گوپالاکریشن، ۲۰۰۱؛ هکر و هانتز، ۲۰۱۳). علاوه بر این، دانش موجود در نوآوری‌های مدیریت دارای یک مؤلفه ضمنی مهمی است که مانع درک و جذب آن توسط عوامل خارجی می‌شود (هکر و هانتز، ۲۰۱۳). این ویژگی‌ها امکان تقلید یا تکرار این نوآوری‌ها توسط سایر سازمان‌ها را محدود می‌کند (کردن و همکاران، ۲۰۱۳؛ و لب ردا و همکاران، ۲۰۱۳). این ویژگی یکی از مهم‌ترین نکات قوت نوآوری مدیریت در مقابل نوآوری فناوری یا محصول ... می‌باشد. نوآوری فناوری و محصول به‌راحتی قابل تقلید است (هایل گر^۳، ۲۰۱۰). ماهیت داخلی، پیچیده و مبهم نوآوری‌های مدیریت مانع تقلید می‌شود و امکانات بیشتری را برای دستیابی به مزیت رقابتی فراهم می‌کند (مول و برکنشان، ۲۰۰۹)؛ بنابراین نوآوری در شیوه‌های سازمانی، سیاست‌ها و ساختارها به ویژه برای فعالیت‌های خدماتی مهم است (الگو و همکاران، ۲۰۱۳؛ پا رگ-دنی و همکاران^۴، ۲۰۱۳؛ ون در آ و الف رینگ^۵، ۲۰۰۲). با همه این تفاسیر و اهمیت نوآوری در بخش خدمات و مفهوم پراهمیت نوآوری مدیریتی، در مقایسه با بخش تولید و نوآوری فناوری پیشرفت‌های کمی در این زمینه حاصل شده است (کلسترول و همکاران^۶، ۲۰۱۵).

در پژوهش‌های گذشته عوامل متعددی شناسایی شده است که بر نوآوری مدیریت اثرگذار است. به عنوان مثال شایستگی کارکنان و جست‌وجوی دانش جدید (مول و برکنشان، ۲۰۰۹)، حافظه سازمانی و توانایی یادگیری (کامیون و وی لار-لوپز^۷، ۲۰۱۴)، رفتارهای رهبری (وا کار و و همکاران، ۲۰۱۲)، تبادل دانش (کردن و همکاران، ۲۰۱۳)، سیستم منابع انسانی مبتنی بر تعهد (سیلان^۸، ۲۰۱۳)، شدت رقابت (هکر و هانتز، ۲۰۱۳) و نوآوری فناوری (کردن و همکاران، ۲۰۱۵). مطالعه توسط لین و همکاران^۹ (۲۰۱۶) که به طور انحصاری در شرکت‌های تولیدی انجام شده است، نقش پیشین توانایی‌های پویا در نوآوری مدیریت را نشان می‌دهد. در شرکت‌های خدماتی، چنگ^{۱۰} (۲۰۱۶) دریافت که نوآوری در مدیریت توسط رهبری تحول آفرین ایجاد می‌گردد. در مطالعات انجام شده توسط اف ریل-سینوس و متون^{۱۱} (۲۰۰۹) نشان داده شد که نوآوری مدیریت با افزایش کارکنان و آموزش افزایش می‌یابد. نیوز و سگا را-کی پرس^{۱۲} (۲۰۱۵) نشان دادند که سرمایه انسانی و روابط خارجی از نوآوری مدیریت حمایت می‌کنند و شین و همکاران^{۱۳} (۲۰۱۵) دریافتند که این نوآوری‌ها از ذهنیت جمعی منحصر به فرد شرکت ناشی می‌شود.

بر اساس پژوهش‌های گذشته فناوری اطلاعات یکی از محرک‌های دانش در سازمان است. نقشی که فناوری اطلاعات در ایجاد، ذخیره سازی، انتقال و استفاده از دانش سازمانی ایفا کرده است کاملاً اثبات شده است (رابرت و همکاران^{۱۳}،

¹ Mol and Birkinshaw

² Vaccaro et al.

³ Hjalager

⁴ Parga-Dans et al.

⁵ Van der Aa and Elfring

⁶ Hellstrom et al.

⁷ Camison and Villar-Lopez

⁸ Lin et al.

⁹ Chang

¹⁰ Orfila-Sintes and Mattsson

¹¹ Nieves and Segarra-Ciprés

¹² Qin et al.

¹³ Roberts et al.

۲۰۱۲). شر ولی^۱ (۲۰۰۴) اظهار داشتند که فناوری اطلاعات یک عنصر ضروری در شیوه‌های فعلی مدیریت دانش است که برای دستیابی به مزیت رقابتی طراحی شده است. استفاده از فناوری اطلاعات می‌تواند با تقویت و گسترش دانش سازمانی، باعث شود دانش موجود در شرکت که اغلب پراکنده است، به صورت مؤثر ذخیره و قابل دسترسی باشد. به همین ترتیب، این فناوری‌ها ابزارهای موثری هستند که به مجموعه دانش قبلی توسعه یافته در طول تاریخ شرکت اجازه می‌دهند تا بر فعالیت‌های فعلی آن تأثیر بگذارد. علاوه بر این، این فناوری‌ها نه تنها امکان جمع‌آوری اطلاعات یا افزایش سرعت دسترسی به آن‌ها فراهم می‌کنند بلکه ابزارهایی را برای برقراری ارتباط و تعامل نیز فراهم می‌کنند (نیوز و اصلی و ۲۰۲۰؛ علوی ولید نر^۲، ۲۰۰۱؛ الیور^۳، ۲۰۰۰). مطالعات انجام شده توسط مول و برکشان (۲۰۰۹) ارتباط منابع دانش داخلی با نوآوری مدیریت را نشان داده است. بنگاه‌ها وقتی توانایی گسترش و بهره‌گیری از دانش سازمانی خود را داشته باشند، فرصت‌های بیشتری برای افزایش درجه نوآوری خود دارند (نیوز و اصلی و ۲۰۲۰؛ مول و برکشان، ۲۰۰۹؛ مونه و پنگوئن-تای^۴، ۲۰۱۰). در مطالب بیان شده به تأثیر فناوری اطلاعات بر دانش سازمانی پرداخته شد و بیان گردید که این مولفه‌های مربوط به دانش بر نوآوری مدیریت می‌تواند تأثیرگذار باشد. کاربرد هوشمندانه فناوری اطلاعات، تبادل اطلاعات را به صورت اینترنتی میسر می‌کند، از ورود اطلاعات زائد جلوگیری می‌کند، اطلاعات مورد نیاز را در زمان مورد نیاز فراهم می‌کند و در نهایت به مدیران اجازه می‌دهد که اطلاعات پیچیده را به صورت موثرتری مورد استفاده قرار دهند (سفیانی و همکاران، ۱۳۹۸).

سازمان تأمین اجتماعی یکی از مهم‌ترین سازمان‌های کشور می‌باشد که در ارتباط نزدیک با طیف زیادی از مردم قرار دارد. این سازمان بزرگ‌ترین سازمان بیمه‌ای ایران نیز می‌باشد که نزدیک به ۴۲ میلیون نفر از جمعیت کشور را تحت پوشش قرار می‌دهد. همچنین این سازمان نزدیک به ۶۳ هزار نفر پرسنل دارد. قلمروهای گسترده‌ای از خدمات بیمه‌ای، درمانی، سرمایه‌گذاری و... که این سازمان در آن نقش دارد، باعث شده که نقش کلیدی و مهمی در ساختار اجتماعی و اقتصادی کشور ایفا کند (اسفنج‌آنی و برزگر ولی لو، ۱۳۹۸). در شرایط خاص همانند همه‌گیری کرونا اهمیت این سازمان دوچندان می‌گردد. طبق آمار رسمی نزدیک به یک میلیون نفر فقط در عرض سه ماه جهت دریافت بیمه بیکاری کرونا اقدام نموده‌اند. صف‌های طولانی مردم و عدم پاسخگویی در شعب مختلف در گزارش‌های متعددی مطرح گردیده است. طبق گزارش‌های رسمی و بر اساس شکایت علیه این سازمان در دیوان عدالت اداری می‌توان گفت که عملکرد این سازمان مناسب نیست. برای ارائه خدمات بهتر در چنین شرایطی مدیریت سازمان نقش بسیار مهمی را ایفا می‌کند. نوآوری مدیریت نقش بسزایی در عملکرد بهتر سازمان دارد. همانطور که بیان گردید فناوری اطلاعات به واسطه مولفه‌های مرتبط با دانش می‌تواند تأثیر بسزایی بر نوآوری مدیریت داشته باشد بنابراین در این پژوهش به این سؤال پاسخ خواهیم داد که آیا فناوری اطلاعات بر نوآوری مدیریت با در نظر داشتن نقش میانجی دانش سازمانی و قابلیت ادغام دانش در اداره کل سازمان تأمین اجتماعی شهرستان‌های استان تهران تأثیر دارد؟

¹ Sher and Lee

² Alavi and Leidner

³ Olivera

⁴ Mothe and Nguyen-Thi

۲. مبانی نظری و ادبیات

فناوری اطلاعات

فناوری اطلاعات به فناوری‌هایی اطلاق می‌شود که امکانات لازم را برای جمع‌آوری، انباشت، پردازش و توزیع اطلاعات فراهم می‌کنند؛ محور این فناوری، فناوری‌های چندرسانه‌ای از جمله رایانه، نرم افزار، اینترنت، تلفن، تلویزیون و همچنین پروژه‌های کاری اینترنتی، پست الکترونیک، وبلاگ، ماهواره و... است (جلیوند و همکاران، ۱۳۹۹).

فناوری اطلاعات پدیده‌ای است که با بکارگیری وسیع سخت افزار، نرم افزار و شبکه افزار، مطالعه و کاربرد داده و پردازش آن را در زمینه‌های ذخیره سازی، دستکاری، انتقال، مدیریت، کنترل و داده‌آمایی خودکار امکان پذیر می‌سازد (غفاری و همکاران، ۱۳۹۹).

فناوری اطلاعات به مطالعه، طراحی، توسعه، پیاده سازی، پشتیبانی یا مدیریت سیستم‌های اطلاعاتی مبتنی بر رایانه، خصوصاً برنامه‌های نرم‌افزاری و سخت افزار رایانه می‌پردازد. بر این اساس، در یک جامعه اطلاعاتی، دانش و مهارت‌های انسان‌ها و نهادها، سرمایه‌های آن جامعه محسوب می‌شوند (کریمی کندي، ۱۳۹۹).

فناوری اطلاعات پدیده‌ای است که از به کارگیری وسیع سیستم‌های کامپیوتری در سازمان‌ها و جامعه و تحول عمیق ناشی از به کارگیری آن به وجود آمده است (سیف اله پور و همکاران، ۱۳۹۹).

فناوری اطلاعات اصطلاحی است که مفهوم کاربرد فناوری در چرخه تولید، پردازش، بازیابی و اشاعه اطلاعات را در بر می‌گیرد و یک نوع کسب و پردازش اطلاعات به روش جدید و سیستمی است که باعث می‌شود کارهای غیر تکراری به گونه‌ای موثرتر تحلیل شوند؛ مضاف بر این که بعضی از عدم قطعیت‌ها و تنوع پذیری‌ها را نیز حذف نماید. فناوری اطلاعات قبل از این که یک سیستم سخت افزاری و مجموعه‌ای از الگوها باشد، یک سیستم نظام فکری و فرهنگی است و می‌توان آن را فرهنگ تولید اطلاعات نامید (غفاری و همکاران، ۱۳۹۹).

فناوری اطلاعات از دو واژه اطلاعات^۱ و فناوری^۲ ترکیب یافته و عبارت است از مجموعه تکنیک‌ها و ابزارهایی که ما را در ضبط، ذخیره سازی، پردازش، بازیابی، انتقال و دریافت اطلاعات یاری می‌رساند. این فناوری بر بهینه سازی و پشتیبانی سیستم‌های فعال با محوریت اطلاعات و دانش تأکید دارد (سعیدیان و همکاران، ۱۳۹۸).

فناوری اطلاعات به عنوان فناوری مورد استفاده برای جمع‌آوری اطلاعات پشتیبان، پردازش، توزیع و ترکیبی از سخت افزار، نرم افزار، داده و فناوری ارتباطات تعریف شده است (مظفری و اجلی، ۱۳۹۷).

فناوری اطلاعات به طور گسترده‌ای به عنوان یک زیربنای مهم برای بقا و رشد یک شرکت مورد توجه قرار گرفته است. شرکت‌ها به روش‌ها و فناوری‌های اطلاعاتی برای ایجاد توانمندی در یکپارچه سازی عملکردهای کسب و کار داخلی خود، نیاز دارند. این موضوع می‌تواند به شرکت‌ها برای کارا تر شدن، بهبود تولید و پاسخگویی سریع به نیازهای مشتریان کمک کند. فناوری اطلاعات، جریانی اطلاعاتی را فراهم می‌سازد که زنجیره تأمین را مقاوم‌تر و بهبودپذیرتر می‌کند، بدون آن که کارایی آن تضعیف شود (باوراند و همکاران، ۱۳۹۷).

فناوری اطلاعات مطالعه، طراحی، توسعه، پیاده سازی، پشتیبانی یا مدیریت سیستم‌های اطلاعاتی مبتنی بر رایانه است (نیوز و اصلی و ۲۰۲۰).

^۱ - Information

^۲ - Technology

فناوری اطلاعات، توسعه و مدیریت سخت افزار، نرم افزار، شبکه، پایگاه داده و فناوری‌های دیگر است (و و و همکاران^۱، ۲۰۱۷).

سه هدف مهم برای به کارگیری فناوری اطلاعات در سازمان‌ها عبارت است از:

۱. بهبود بهره روی کسب و کار به وسیله‌ی پردازش خودکار اطلاعات؛

۲. بهبود اثربخشی مدیریت با فراهم کردن رضایت از نیازهای اطلاعات؛

۳. بهبود رقابت‌های مؤثر بر راهبرد کسب و کار (نظری و مکون دی، ۱۳۹۸).

فناوری اطلاعات به سبب توان و ظرفیت بالای آن در تولید، پردازش و انتشار سریع اطلاعات از اهمیت و حساسیت بالایی برخوردار است؛ چرا که اطلاعات و نحوه جریان و پردازش آن برای شرکت امری حیاتی محسوب می‌شود (لی چت نت هال^۲، ۲۰۱۶). کاربرد هوشمندانه فناوری اطلاعات، تبادل اطلاعات را به صورت اینترنتی امکان پذیر می‌کند، از ورود اطلاعات زاید جلوگیری می‌کند، اطلاعات مورد نیاز را در زمان مورد نیاز فراهم می‌کند، به مدیران اجازه می‌دهد که اطلاعات پیچیده را به صورت موثرتری دریافت کرده و پیگیری کنند (سفیان و همکاران، ۱۳۹۸).

انعطاف‌پذیری فناوری اطلاعات در سازمان می‌تواند به طور همزمان نتایج سریع را ایجاد و رشد پایدار را در محیط بسیار پویا، حمایت کند (هان و همکاران^۳، ۲۰۱۷). انعطاف‌پذیری فناوری اطلاعات تأثیر عمده‌ای بر عملکرد دارد و شرکت باید قادر به استفاده از خروجی اطلاعات آن باشد (باوراند و همکاران، ۱۳۹۷).

نوآوری مدیریت

نوآوری سازمانی و نوآوری مدیریتی از عناصر بسیار مهم در توسعه شرکت و محصولات و فرآیندهایش هستند. نوآوری مدیریت به نوآوری در سیستم‌های مدیریت، مدیریت دانش و فعالیت‌های حمایتی اشاره دارد. نوآوری سازمانی شامل مسئولیت‌پذیری، پاسخگویی، ایجاد تغییر در تعداد سطوح سلسله مراتبی و جریان اطلاعات است. از سوی دیگر نوآوری‌های مدیریتی تحت تأثیر عملیات و رویه‌های شرکت مانند مشخصات مسئولیت‌ها، محتوای دستورات و جریان اطلاعات است (اسدپور و کارگر، ۱۳۹۴).

نوآوری مدیریتی شامل اجرای عملی مدیریت، مدیریت فرآیند، تکنیک‌های مدیریت و ساختارهای سازمانی به منظور پیشبرد اهداف سازمانی است. نوآوری مدیریت نشان دهنده‌ی سرمایه‌گذاری در دانش، روش، رفتار و روابط است. نوآوری مدیریت به نوآوری در سیستم‌های مدیریت، مدیریت دانش و فعالیت‌های حمایتی اشاره دارد (نیوز و اصلی و ۲۰۲۰).

نوآوری از دیدگاه مدیریتی، فرآیندی است که از ایده شروع و به انتشار تجاری بهبود رویه‌ها و روش‌های نو در تولید محصول یا خدمت جدید خاتمه می‌یابد. نوآوری مدیریتی به عنوان اختراع و اجرای یک عمل مدیریتی، فرآیند، ساختار و یا یک فن جدید همسو با اهداف سازمانی است (مایر^۴، ۲۰۱۱).

نوآوری مدیریت معرفی شیوه‌های مدیریت جدید برای شرکت‌ها است و به منظور افزایش عملکرد شرکت است. حامل^۵ (۲۰۰۷) استدلال کرد که امروزه مدیریت نوآوری ممکن است نشان دهنده یکی از منابع بسیار پایدار و مهم از مزیت

^۱ - Wu et al

^۲ - Lichtenthaler

^۳ - Han et al

^۴ - Mainzer

^۵ - Hamel

رقابتی (به دلیل طبیعت خاص آن نسبت به سایر ویژگی‌ها) برای شرکت‌ها باشد. برای برخی از محققان، مدیریت نوآوری اشاره می‌کند به عمل یا ساختاری که جدید است برای آن سازمان، به این معنی که تاکنون در آن سازمان سابقه نداشته باشد یعنی در واقع چیزی که برای شرکت جدید است ولی در عین حال با شرکت سازگار است (اسدپور و کارگر، ۱۳۹۴).

به هر چیزی که به طور چشمگیر نحوه‌ی انجام کار مدیریت را تغییر دهد یا به طور قابل ملاحظه‌ای شکل‌های رایج سازمانی را متحول ساخته و از این راه، باعث پیشرفت اهداف سازمانی شود نوآوری مدیریت گفته می‌شود. می‌توان گفت، نوآوری مدیریت شیوه کار کردن مدیران را تغییر می‌دهد و این کار را به صورتی انجام می‌دهد که عملکرد سازمان را ارتقا می‌بخشد. این عمل یعنی تغییر رفتار و تغییر شیوه کار کردن مدیران می‌تواند منافع بسیار زیادی را برای سازمان به همراه داشته باشد. نوآوری مدیریت شامل شروع یک نوظهوری و تازگی در یک سازمان و شرکت است که شکل خاصی از تغییر سازمانی را نشان می‌دهد. از این رو نوآوری مدیریت را می‌توان به عنوان تفاوتی در شکل، کیفیت یا فعالیت‌های مدیریت در طول زمان در یک سازمان تعریف کرد که این تغییر نسبت به گذشته نوظهور بوده و تازگی دارد (جولان و همکاران^۱، ۲۰۰۸).

در تعریفی دیگر نوآوری مدیریت، معرفی روش‌های جدید مدیریت به شرکت و هدف آن ارتقاء عملکرد شرکت است. نوآوری مدیریت برای بعضی از محققان عبارت است از یک اقدام یا ساختاری که برای پیشرفت، جدید است، بدین معنا که آن روش هیچ سابقه‌ی شناخته شده‌ای ندارد. برای سایر محققان، نوآوری مدیریت به چیزی بر می‌گردد که برای شرکت جدید باشد، حتی اگر از شرکت دیگر از جمله یک شرکت مشابه اقتباس شده باشد (رسولی، ۱۳۹۳).

مدیریت دانش

مدیریت دانش را می‌توان برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی و کنترل افراد، فرآیندها و سیستم‌ها در سازمان برای اطمینان از بهبود دارایی‌های دانش محور و به کارگیری اثربخش آن‌ها تعریف نمود (حقیقی نسب و همکاران، ۱۳۹۸). واژه‌ی مدیریت دانش در سال ۱۹۸۶، توسط کارل و یک^۲ مطرح شد. وی مدیریت دانش را خلق دانش به گونه‌ی نظاممند، آشکار و سنجیده و نیز به کارگیری آن به منظور حداکثر کردن اثربخشی دارایی‌های دانشی سازمان، تعریف کرد. مرکز بهره روی و کیفیت آمریکا^۳، مدیریت دانش را مجموعه‌ی نوظهوری از راهبردها و رویکردها برای ایجاد، حفظ و استفاده از دارایی‌های دانشی (شامل افراد و دانش) تعریف می‌کند که دانش را در زمان مناسب در اختیار افراد مناسب قرار می‌دهد تا بتوانند از آن ارزش بیشتری برای سازمان ایجاد کنند (فرزانه کندی و همکاران، ۱۳۹۷).

کارل و یک مدیریت دانش را عبارت از ساخت، تجدید و کاربرد و بهره برداری از دانش برای حداکثرسازی اثربخشی دانش سازمان و بازگشت دارایی‌های دانشی آن می‌داند. مدیریت دانش را می‌توان به عنوان روشی برای بهبود عملکرد، بهره روی و رقابت‌پذیری، بهبود کارآمد کسب، تسهیم و استفاده از اطلاعات درون سازمان، ابزاری برای بهبود تصمیم‌گیری، طریقی برای به دست آوردن بهترین روش‌ها، راهی برای کاهش هزینه‌ها و روشی برای نوآورتر شدن سازمان دید (بصیری و همکاران، ۱۳۹۷).

^۱ - Jullan et al

^۲ - Karl Wiig

^۳ - American Productivity and Quality Center (APQC)

مدیریت دانش نشان دهنده فعالیت‌ها و فرایندهای سازمان است که توسط بهبود بخشیدن به اثربخشی و کارایی منابع دانشی و با هدف رهاسازی پتانسیل فکری سازمان هدایت می‌شود. اهمیت مدیریت دانش برای سازمان‌ها واضح است و مشارکت آن به‌سوی ارائه خدمات و تولید، بدین ترتیب که بهبوددهنده عملکرد سازمانی است؛ کلید رقابت‌پذیری سازمان است (شکیب و همکاران^۱، ۲۰۱۷).

مدیریت دانش فقط یک فناوری وابسته به رایانه صرف نبوده و بر اساس تئوری بارند رز، مدیریت دانش اصطلاحی است که جهت توصیف فرآیندهای نظاممند و سازمان‌دهی شده خاص برای کسب، سازمان‌دهی و تبادل دانش صریح و ضمنی بین کارکنان که موجب اثربخش بیشتر آنان در فعالیت‌های کاریشان می‌شوند، به کار برده می‌شود (پاگوی و همکاران^۲، ۲۰۱۶).

مدیریت دانش شامل توانایی بهره‌برداری از دانش، افراد، فرهنگ، فرآیندها و فناوری است که اجرای آن برای جامعه، افراد و دانشگاه‌ها به خصوص دانش‌پژوهان منافی به همراه دارد؛ بنابراین مدیریت دانش به توسعه‌ی شایستگی‌های فردی، موفقیت اجرای راهبرد تحقیق و توسعه و افزایش بازده عملکرد سازمانی کمک می‌کند (تری ولا و دیمیتری^۳، ۲۰۱۵).

مدیریت دانش به عنوان یک قابلیت سازمانی است که اجازه می‌دهد افراد، فناوری، فرآیندها و راهبرد در داخل شرکت برای ایجاد، استفاده و به اشتراک‌گذاری دانش یکپارچه شود (چن^۴، ۲۰۱۵).

مدیریت دانش یعنی مدیریت سازمان به طرف نوآوری مداوم بر اساس دانش سازمان یعنی کاربرد تکنولوژی با تأکید بر کار گروهی و انتشار دانش (او لاگ بو و نور^۵، ۲۰۱۵).

مدیریت دانش عبارت است از تغییر دادن داده به اطلاعات و تغییر این اطلاعات به دانش (پاولوسکی و بیک^۶، ۲۰۱۵). به اعتقاد داوون پورت^۷ (۱۹۹۹)، مدیریت دانش به معنای توسعه و بهره‌برداری از دارایی‌های دانشی است که موجب تحقق اهداف سازمان می‌گردد. در دنیای کسب و کار، مدیریت دانش به مفهوم فرآیند تولید ارزش از سرمایه‌های نامحسوس است و در واقع این نوع مدیریت نوعی تعامل میان درون و خارج سازمان یعنی مشتریان و ذینفعان است. راهبرد اصلی در مدیریت دانش، ارائه دانش لازم به هر فرد در مکان و زمان مناسب و به طریق صحیح می‌باشد (بصیری و همکاران، ۱۳۹۷).

مدیریت دانش عبارت است از اعمال مدیریت و زمینه‌سازی برای تبدیل دانش (نهان به عیان و بالعکس) در داخل سازمان، از طریق گردآوری، به اشتراک‌گذاری و استفاده از دانش، به عنوان یک سرمایه انسانی در راستای دستیابی به اهداف سازمان (غفاری و زینالی، ۱۳۹۷).

مدیریت دانش را می‌توان رساندن دانش مناسب به افراد مناسب در زمان و مکان مناسب و به شکل مناسب تعریف کرد (حسینی و همکاران، ۱۳۹۷).

¹ - Saqib et al

² - Paguio et al

³ - Trivella & Dimitriosb

⁴ - Chen

⁵ - Ologbo & Nor

⁶ - Pawlowski & Bick

⁷ - Davenport

مدیریت دانش، به معنای در دسترس قرار دادن نظام‌مند اطلاعات و اندوخته‌های علمی است؛ به گونه‌ای که به هنگام نیاز در اختیار افرادی که نیازمند آن‌ها هستند، قرار گیرد تا آن‌ها بتوانند کار روزمره‌ی خود را با بازدهی بیشتر و موثرتر انجام دهند (فیاض و موسوی راد، ۱۳۹۷).

مدیریت دانشی فرآیند آگاهانه ایجاد دانش، اعتبار بخشی به آن، توزیع و کاربرد آن است. در این تعریف اجزاء اصلی مدیریت دانش عبارتند از: اطلاعات، افراد و سیستم می‌باشد. ذخیره دانش، دانش خامی که در اختیار قرار می‌گیرد (داده و اطلاعات) باید در مکانی ذخیره شود که بتوان آن را مدیریت نمود، حفاظت کرد و در دسترس دیگران گذاشت. این وسیله ذخیره سازی می‌تواند نظام تولید، انبار داده‌ها یا کاربرد گروه افزار باشد. خلق دانش به توانایی سازمان به منظور ایجاد و خلق راه حل‌ها و ایده‌های کارآمد و جدید اشاره دارد. از طریق شکل‌دهی و ترکیب مجدد دانش جدید با دانش گذشته، سازمان قادر خواهد بود مفاهیم و واقعیت‌های جدیدی را خلق نماید. اشتراک دانش به این معنی است که افراد، دیگری را با استفاده از دانش، بینش و افکار خود راهنمایی می‌کند تا او را کمک کند که موفقیت خود را بهتر ببیند. کاربرد یا اعمال قدرت دانش، آخرین فرآیند مدیریت دانش و از دیدگاه اکثر پژوهشگران مهم‌ترین فرآیند نیز می‌باشد (ربیعی مند جین و رضانی مینی، ۱۳۹۶).

مدیریت دانش عملی برای انتخاب و کاربرد دانش حاصل از تجربه‌ی گذشته برای تصمیم‌گیری زمان در حاضر و آینده با هدف شتاب بخشیدن به توسعه‌ی اثربخش سازمانی است. کارل و یک معتقد است مدیریت دانش یعنی ایجاد فرایندهای لازم برای شناسایی و جذب داده، اطلاعات و دانش‌های مورد نیاز سازمان از محیط‌های درونی و بیرونی و انتقال آن‌ها به تصمیم‌ها و اقدامات سازمان و افراد (رکنی جو و همکاران، ۱۳۹۶).

نمناک و تا کوچی^۱ (۱۹۹۵) مدیریت دانش را فرآیندی می‌دانند که طی آن سازمان به تولید ثروت از دانش با سرمایه‌ی فکری خود می‌پردازد. به صورت بسیار ساده مدیریت دانش فرآیندی است که طی آن سازمان به ایجاد ارزش از دارایی‌های فکری و دانش محور می‌پردازد (بیارامی‌ای گذر و همکاران، ۱۳۹۵).

مدیریت دانش^۲، فرآیند کشف، کسب، توسعه و ایجاد، تسهیم، نگهداری، ارزیابی و به کارگیری دانش مناسب در زمان مناسب توسط فرد مناسب در سازمان است که از طریق ایجاد پیوند بین منابع انسانی، فناوری اطلاعات و ارتباطات و ایجاد ساختاری مناسب برای دستیابی به اهداف سازمانی صورت می‌پذیرد (متقی و مرادی آیدی شه، ۱۳۹۵).

مدیریت دانش یکی از منابع مقایسه‌ای اصلی برتری هر سازمان است و عقیده بر این است که سازمان‌ها دانش را برای موفقیت بیشتر باید به دست آورند (شفیعی نیک آبادی و همکاران^۳، ۲۰۱۶).

ماهیت مدیریت دانش، توسعه قابلیت مدیریت دانش (KMC) است که منابع دانش شرکت‌ها را با نیازهای تغییرات بازار هم راستا می‌کند (چن، ۲۰۱۵). قابلیت مدیریت دانش اشاره دارد به توانایی یک شرکت برای استفاده از دانش موجود و یادگیری مستمر برای تولید دانش جدید. چنین قابلیت می‌تواند خلق دانش، اشتراک گذاری و استفاده مجدد از اطلاعات را تحریک کند (تی سنگ^۴، ۲۰۱۶).

^۱ - Nonka & Takeuchi

^۲ - knowledge management

^۳ - Shafiei Nikabadi et al

^۴ - Tseng

۳. پیشینه تحقیق

✓ طباطبایی و رضائی صدرآبادی (۱۴۰۱) به پژوهشی تحت عنوان "تأثیر نوآوری مبتنی بر فناوری، منابع فناوری اطلاعات و تعهد سازمانی بر مزیت رقابتی سازمان با توجه به نقش مدیریت دانش" پرداختند. این تحقیق از نظر هدف، کاربردی بوده و برحسب روش تحقیقی توصیفی - پیمایشی است که با به کارگیری ابزار پرسشنامه و روش پیمایشی داده‌های موردنیاز جمع‌آوری شده است. جامعه آماری این پژوهش، کارکنان شرکت مدیریت تولید برق یزد هست و از روش نمونه‌گیری به روش تصادفی ساده استفاده گردیده و تعداد ۲۰۹ نمونه قابل قبول جمع‌آوری گردید. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از مدل یابی معادلات ساختاری انجام شده که در آمار استنباطی برای تحلیل داده‌ها، مدل یابی ساختاری و برازش مدل و بررسی فرضیه‌ها و رابطه از نرم افزار PLS استفاده شد و نتایج پژوهش نشان می‌دهد که قابلیت مدیریت دانش بر مزیت رقابتی سازمان و منابع انسانی IT بر قابلیت مدیریت دانش تأثیر دارند.

✓ خطاپوش و همکاران (۱۳۹۹) به پژوهشی تحت عنوان "تأثیر فناوری اطلاعات بر ظرفیت‌های نوآوری باز" پرداختند. جامعه آماری مطالعه ۳۵ نفر از کارمندان پارک علم و فناوری شیراز می‌باشد. حجم نمونه بر اساس جدول مورگان ۳۲ نفر در نظر گرفته شد. برای آزمون فرضیه‌ها از آزمون رگرسیون خطی استفاده شد و همچنین برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار SPSS استفاده شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که فناوری اطلاعات به صورت کلی و ابعاد آن به جز عوامل فردی بر نوآوری باز تأثیر معناداری ندارد به این معنی که با پیاده سازی فناوری اطلاعات در پارک علم و فناوری، ظرفیت‌های نوآوری باز افزایش پیدا نمی‌کند. سازمان‌هایی که فناوری اطلاعات را به منزله توانایی اصلی خود در نظر گرفت‌ه‌اند، تفاوت چشم‌گیری نسبت به سایر سازمان‌ها در زمینه نوآوری باز ندارند.

✓ احمدی زنجانی مقدم (۱۳۹۸) به پژوهشی تحت عنوان "نقش تکنولوژی اطلاعات بر ارتقای نوآوری خدماتی از طریق نقش میانجی کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های دانش بنیان" پرداخت. پژوهش حاضر به بررسی تأثیر قابلیت‌های تکنولوژی اطلاعات بر نوآوری خدماتی از طریق کارآفرینی سازمانی می‌پردازد. از لحاظ روش تحقیق از نوع تحقیقات توصیفی پیمایشی و از نظر هدف یک تحقیق کاربردی است. جامعه آماری این تحقیق شرکت‌های دانش بنیان شهر تهران است؛ که در مجموع ۲۱۲ نفر از این شرکت‌ها به عنوان نمونه در نظر گرفته شدند و اطلاعات آن‌ها از طریق پرسشنامه جمع‌آوری شده است و برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از تحلیل عاملی تاییدی و مدل یابی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار smartpls استفاده گردیده است. بررسی نتایج این تحقیق گویای این مطلب است که تکنولوژی اطلاعات از طریق کارآفرینی بر نوآوری خدماتی تأثیر مثبت دارد. از سوی دیگر تأثیر تکنولوژی اطلاعات و کارآفرینی بر نوآوری خدماتی معنادار شده است.

✓ حسین و همکاران (۲۰۲۳) به پژوهشی تحت عنوان "نقش تعدیل کننده جهت‌گیری ادراک شده فناوری اطلاعات در رابطه بین سرمایه انسانی و نوآوری سازمانی جهت‌گیری‌های میانجی برای یادگیری: مرور ادبیات" پرداختند. این مطالعه صنایع برق و الکترونیک دولتی بغداد را مورد مطالعه قرار داده است. قابل توجه‌ترین نتایج، ارتباط مثبت بین سرمایه انسانی (HC) و نوآوری سازمانی (OI) از طریق ابعاد جهت‌گیری یادگیری از طریق (چشم انداز مشترک - تعهد به یادگیری - باز بودن) بود. با این حال علیرغم نقش مثبت فناوری اطلاعات در دستیابی به نوآوری سازمانی، در هماهنگی HC و فناوری اطلاعات (IT) برای ایجاد OI ناموفق بود.

✓ نیوز و استریو (۲۰۲۰) به پژوهشی تحت عنوان " استفاده از فناوری اطلاعات برای دستیابی به نوآوری مدیریت" پرداختند. این مقاله رابطه بین استفاده از فناوری اطلاعات (IT) و نوآوری مدیریت از طریق نقش میانجی منابع دانش را ارزیابی می‌کند. در این مقاله شواهد تجربی حاصل از نظرسنجی از ۱۰۹ شرکت هتلداری اسپانیا ارائه شده است. روش کار مدل معادلات ساختاری می‌باشد. نتایج نشان داد که استفاده از فناوری اطلاعات به پیشرفت دانش سازمانی و توانایی ادغام این دانش کمک می‌کند. علاوه بر این، یک رابطه مثبت و مستقیم بین استفاده از فناوری اطلاعات و نوآوری مدیریتی و غیرمستقیم از طریق دانش سازمانی و قابلیت ادغام دانش مشاهده شد.

✓ جیمenez-جی من زو همکاران^۱ (۲۰۱۹) به پژوهشی تحت عنوان " نقش واسطه‌ای همکاری زنجیره تأمین در رابطه بین فناوری اطلاعات و نوآوری" پرداختند. این مقاله با هدف تجزیه و تحلیل تجربی تأثیرات مستقیم فناوری اطلاعات و همکاری زنجیره تأمین بر نوآوری تدریجی و بنیادی محصول و تأثیر غیرمستقیم فناوری اطلاعات بر هر دو نوع نوآوری محصول از طریق همکاری در زنجیره تأمین با استفاده از داده‌های جمع‌آوری شده از ۲۰۰ شرکت تولیدی انجام شده است. برای بررسی فرضیه‌های تحقیق از مدل معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج نشان می‌دهد همکاری زنجیره تأمین تأثیر مثبتی بر نوآوری فناوری دارد و همچنین نشان می‌دهد که همکاری با عوامل خارجی نوآوری‌های تدریجی و بنیادی را تقویت می‌کند. علاوه بر این، نتایج نشان می‌دهد که فناوری اطلاعات به طور مستقیم هر دو نوع نوآوری محصول را به طور غیرمستقیم و از طریق همکاری در زنجیره تأمین افزایش می‌دهد.

۴. فرضیه‌های تحقیق

مدل پژوهش برگرفته از نیوز و اثری و (۲۰۲۰) می‌باشد که در شکل (۱) نشان داده شده است.



شکل (۱): مدل نظری تحقیق

منبع: نیوز و اثری و (۲۰۲۰)

بر اساس مدل پژوهش فرضیه‌های زیر مطرح می‌گردد:

فرضیه اصلی: فناوری اطلاعات بر نوآوری مدیریت با در نظر داشتن نقش میانجی دانش سازمانی تأثیر مثبت و معنی داری دارد.

فرضیه فرعی اول: فناوری اطلاعات بر نوآوری مدیریت تأثیر مثبت و معنی داری دارد.

فرضیه فرعی دوم: فناوری اطلاعات بر دانش سازمانی تأثیر مثبت و معنی داری دارد.

فرضیه فرعی سوم: دانش سازمانی بر نوآوری مدیریت تأثیر مثبت و معنی داری دارد.

¹ Jimenez-Jimenez et al

۵. تعاریف متغیرها

فناوری اطلاعات:

فناوری اطلاعات به فناوری‌هایی اطلاق می‌شود که امکانات لازم را برای جمع‌آوری، انباشت، پردازش و توزیع اطلاعات فراهم می‌کنند؛ محور این فناوری، فناوری‌های چندرسانه‌ای از جمله رایانه، نرم افزار، اینترنت، تلفن، تلویزیون و همچنین پروژه‌های کاری اینترنتی، پست الکترونیک، وبلاگ، ماهواره و... است (جلیوند و همکاران، ۱۳۹۹). فناوری اطلاعات مطالعه، طراحی، توسعه، پیاده سازی، پشتیبانی یا مدیریت سیستم‌های اطلاعاتی مبتنی بر رایانه است (نیوز و اصلی و ۲۰۲۰).

نوآوری مدیریتی:

نوآوری مدیریتی شامل اجرای عملی مدیریت، مدیریت فرآیند، تکنیک‌های مدیریت و ساختارهای سازمانی به منظور پیشبرد اهداف سازمانی است. نوآوری مدیریت نشان دهنده سرمایه‌گذاری در دانش، روش، رفتار و روابط است. نوآوری مدیریت به نوآوری در سیستم‌های مدیریت، مدیریت دانش و فعالیت‌های حمایتی اشاره دارد. نوآوری مدیریتی به معنی تغییراتی در نحوه انجام وظایف مدیریتی و به کارگیری ایده‌های نو به جای فرآیندهای سنتی مدیریتی می‌باشد (نیوز و اصلی و ۲۰۲۰).

دانش سازمانی:

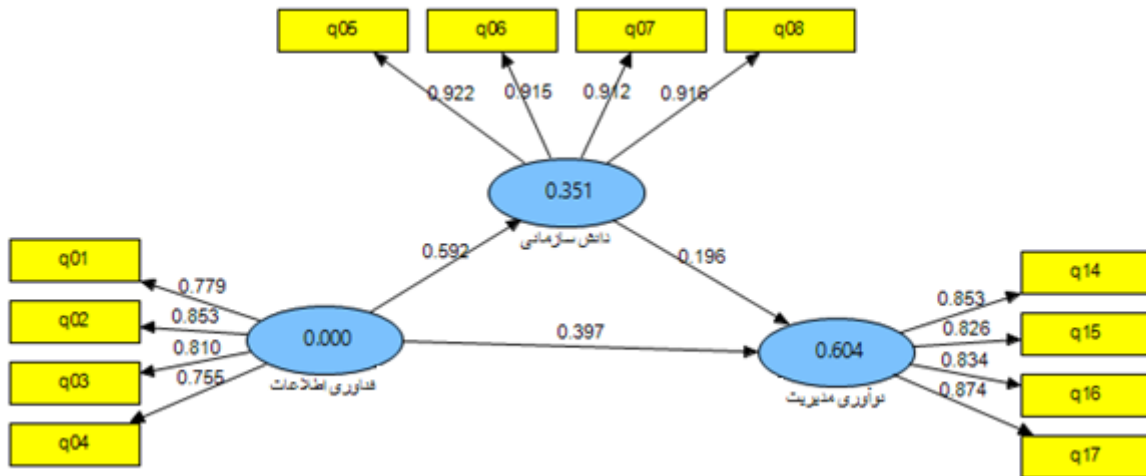
دانش سازمانی یعنی آنچه که یک سازمان می‌داند؛ می‌داند که چگونه از آن‌ها استفاده کند و می‌داند که چگونه به سرعت چیزهای جدید را یاد بگیرد (شفیعی و همکاران، ۱۳۹۵). دانش سازمانی مجموع دانش موجود در یک سازمان است و به معنی میزان آگاهی کارکنان نسبت به فعالیت‌ها و فرآیندهای موجود در سازمان می‌باشد (نیوز و اصلی و ۲۰۲۰).

۶. روش تحقیق

این تحقیق از لحاظ روش توصیفی-همبستگی و از لحاظ هدف کاربردی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه مدیران اداره کل سازمان تأمین اجتماعی شهرستان‌های استان تهران به تعداد ۲۸۰ نفر می‌باشد. روش نمونه‌گیری تصادفی ساده می‌باشد. بر اساس فرمول کودکان ۱۶۳ نفر به عنوان نمونه پژوهش انتخاب گردید. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه می‌باشد. فناوری اطلاعات توسط ۴ سؤال برگرفته از یون-و اسنل (۲۰۰۴)، نوآوری مدیریت توسط ۴ سؤال برگرفته از راهنمای سازمان همکاری و توسعه اقتصادی اتحادیه اروپا (۲۰۰۵)، دانش سازمانی توسط ۴ سؤال برگرفته از آرگون و همکاران (۲۰۰۸) بر اساس طیف پنج ارزشی لی کورت سنجیده می‌شود. برای تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و استنباطی استفاده می‌شود. پس از جمع‌آوری داده‌ها ابتدا با استفاده از تکنیک‌های آمار توصیفی به توصیف داده‌ها پرداخته می‌شود. در این راستا، از جداول توزیع فراوانی و محاسبه شاخص‌های مرکزی و پراکندگی از قبیل میانگین، میانه، مد، انحراف معیار و... استفاده می‌شود. در آمار استنباطی به بررسی فرضیه‌های پژوهش پرداخته می‌شود. روش آماری مورد استفاده در این پژوهش جهت آزمون فرضیه‌ها، مدل معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار smartpls می‌باشد.

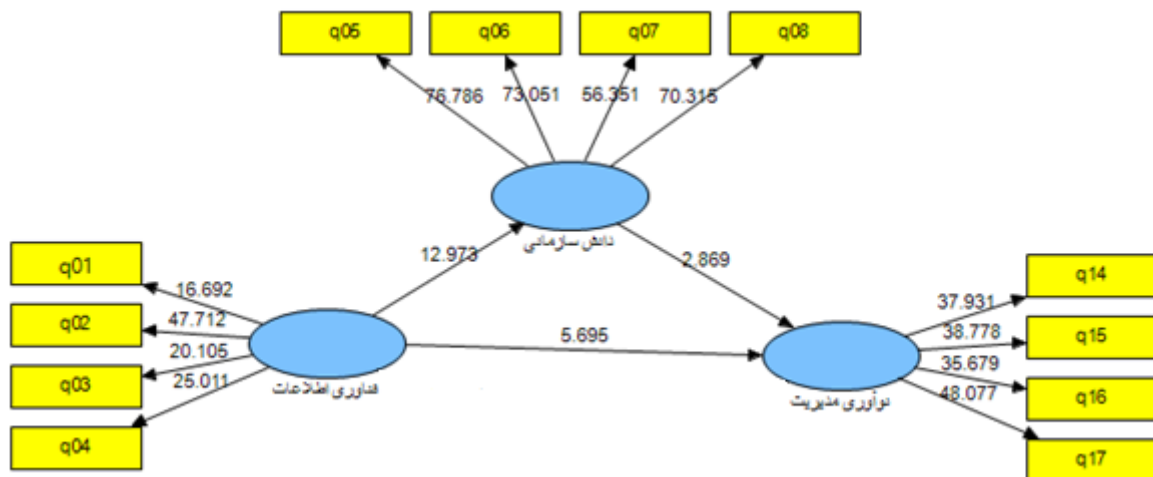
۷. یافته‌های تحقیق

شکل (۲) نشان دهنده اجرای مدل تحقیق است. این مدل به منظور آزمون فرضیه‌های تحقیق بکار می‌رود. در این شکل ضرایب مسیر و بارهای عاملی مشاهده می‌شود.



شکل (۲): ضرایب تأثیر

شکل (۳) معنی‌داری ضرایب تأثیر مدل تحقیق را نشان می‌دهد. اعداد نمایش داده شده آماره تی هستند که جهت رد و قبول فرضیه‌ها استفاده می‌شوند. بدین صورت که آماره تی به دست آمده را با عدد بحرانی مقایسه می‌کنیم. عدد بحرانی در این جا عدد ۱,۶۴۵ است؛ بنابراین هرگاه قدر مطلق آماره آزمون بزرگ‌تر از ۱,۶۴۵ باشد آنگاه نتیجه می‌گیریم که آماره آزمون در ناحیه بحرانی قرار دارد و بنابراین فرضیه صفر رد می‌شود و فرضیه مقابل در سطح معنی‌داری ۵ درصد پذیرفته می‌شود.



شکل (۳): معنی‌داری ضرایب تأثیر

بر اساس شکل های (۲) و (۳) خلاصه نتایج آزمون فرضیه ها به صورت زیر می باشد.

جدول (۱): نتایج آزمون فرضیات تحقیق

نتیجه	تأثیر	فرضیه
تایید	۰,۱۱۶	فرضیه اصلی: دانش سازمانی در رابطه بین فناوری اطلاعات و نوآوری مدیریت به عنوان میانجی نقش مثبت و معنی داری دارد.
تایید	۰,۳۹۷	فرضیه فرعی اول: فناوری اطلاعات بر نوآوری مدیریت تاثیر مثبت و معنی داری دارد.
تایید	۰,۵۹۲	فرضیه فرعی دوم: فناوری اطلاعات بر دانش سازمانی تاثیر مثبت و معنی داری دارد.
تایید	۰,۱۹۶	فرضیه فرعی سوم: دانش سازمانی بر نوآوری مدیریت تاثیر مثبت و معنی داری دارد.

۸. نتیجه گیری

فرضیه اصلی بیان می دارد که دانش سازمانی در رابطه بین فناوری اطلاعات و نوآوری مدیریت به عنوان میانجی نقش مثبت و معنی داری دارد. نتایج به دست آمده از بررسی مقادیر معنی داری آماره سو بل (۲,۷۹۳) نشان می دهد که نقش میانی دانش سازمانی در ارتباط بین فناوری اطلاعات و نوآوری مدیریت تأیید می شود و از این رو فرضیه اصلی تأیید می شود. حال می بایست بررسی شود که نقش میانجی کامل است یا میانجی. نتایج نشان داد که حدود ۲۲,۶٪ از اثر کل فناوری اطلاعات بر روی نوآوری مدیریت به صورت غیرمستقیم است از این رو می توان نتیجه گرفت که نقش دانش سازمانی در ارتباط بین فناوری اطلاعات و نوآوری مدیریت به صورت میانجی جزئی است. ضریب مسیر به دست آمده (۰,۵۱۳) در واقع پیش بینی می کند که چنانچه فناوری اطلاعات به اندازه یک واحد افزایش (کاهش) یابد در نتیجه، نوآوری مدیریت در کل به اندازه ۰,۵۱۳ درصد افزایش (کاهش) خواهد یافت. نتیجه به دست آمده نشان می دهد که فناوری اطلاعات به نقش خود می تواند باعث شود که نوآوری مدیریت افزایش یابد چرا که فناوری اطلاعات به ذات خود می تواند منجر به توسعه خلاقیت و نوآوری شود و از طرفی دیگر فناوری اطلاعات می تواند چرخه تولید دانش را در همه مراحل آن پشتیبانی کند. از این رو فناوری اطلاعات به صورت مستقیم و غیرمستقیم می تواند نوآوری مدیریت را تحت تأثیر قرار دهد. همراستا با نتیجه ای که در این تحقیق به دست آمد، در تحقیقات خارجی نیز نیوز و استریو (۲۰۲۰) نشان داد که دانش سازمانی در رابطه بین فناوری اطلاعات و نوآوری مدیریت به عنوان میانجی نقش مثبت و معنی داری دارد. فرضیه فرعی اول تحقیق بیان می دارد که فناوری اطلاعات بر نوآوری مدیریت تأثیر مثبت و معنی داری دارد. نتایج به دست آمده از بررسی مقادیر معنی داری (۵,۶۹۵) مربوط به ضریب استاندارد (۰,۳۹۷) نشان می دهد که مقدار معنی داری در ناحیه پذیرش فرض مقابل قرار دارد. در نتیجه فرضیه فرعی اول تحقیق در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می شود. ضریب مسیر به دست آمده در واقع پیش بینی می کند که چنانچه فناوری اطلاعات به اندازه یک واحد افزایش (کاهش) یابد در نتیجه، دانش سازمانی به اندازه ۰,۳۹۷ درصد افزایش (کاهش) خواهد یافت. تأثیر مثبت و معنی دار فناوری اطلاعات بر دانش سازمانی، نشان دهنده این موضوع است که هنوز فناوری اطلاعات اثرگذاری خود را بر نوآوری مدیریت از دست نداده است و سازمان برای این که بتواند دانش سازمانی را تحت تأثیر قرار دهد، می تواند بر روی فناوری اطلاعات سرمایه گذاری نماید. با توجه به توسعه فناوری اطلاعات در سازمان ها، دیگر سبک های مدیریت

سنتی نمی‌تواند پاسخگوی نیازهای داخل سازمان و بازار باشد؛ بنابراین باید مدیران نسبت به مسأله تفویض اختیار توجه بیشتری نمایند چرا که می‌بایست در سازمان تصمیمات با سرعت بالایی اتخاذ شود و اگر به شیوه سنتی عمل شود تصمیمات به تعویق می‌افتد و از طریق دیگر تفویض اختیار باعث شکوفایی کارمندان می‌شود و باعث می‌شود که هر چه بیشتر خلاق و پویاتر باشند و به دنبال یادگیری هر چه بیشتر فناوری اطلاعات باشند. همراستا با نتیجه به دست آمده در این تحقیق، احمدی زنجانی مقدم (۱۳۹۸) در تحقیق خود نشان داد که فناوری اطلاعات از طریق کارآفرینی بر نوآوری خدماتی تأثیر مثبت دارد. از سوی دیگر تأثیر تکنولوژی اطلاعات و کارآفرینی بر نوآوری خدماتی معنادار شده است. همچنین فتوحی اردکانی (۱۳۹۷) در تحقیق خود به این نتیجه رسید که ابعاد فناوری اطلاعات بر عملکرد نظام نوآوری مؤثر است. در تحقیقات خارجی نیز نیوز و استریو (۲۰۲۰) نشان داد که فناوری اطلاعات بر نوآوری مدیریت تأثیر مثبت و معنی داری دارد. برخلاف نتیجه‌ای که در این تحقیق به دست آمد، خطاپوش و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیق خود نشان داد که فناوری اطلاعات به صورت کلی و ابعاد آن به جز عوامل فردی بر نوآوری باز تأثیر معناداری ندارد. فرضیه فرعی دوم تحقیق بیان می‌دارد که فناوری اطلاعات بر دانش سازمانی تأثیر مثبت و معنی داری دارد. نتایج به دست آمده از بررسی مقادیر معنی داری (۱۲,۹۷۳) مربوط به ضریب استاندارد (۰,۵۹۲) نشان می‌دهد که مقدار معنی داری در ناحیه پذیرش فرض مقابل قرار دارد. در نتیجه فرضیه فرعی دوم تحقیق در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود. ضریب مسیر به دست آمده در واقع پیش بینی می‌کند که چنانچه فناوری اطلاعات به اندازه یک واحد افزایش (کاهش) یابد در نتیجه، دانش سازمانی به اندازه ۰,۵۹۲ درصد افزایش (کاهش) خواهد یافت. تأثیر مثبت و معنی دار فناوری اطلاعات بر دانش سازمانی، نشان دهنده این موضوع است که هنوز فناوری اطلاعات اثرگذاری خود را بر دانش سازمانی از دست نداده است و سازمان برای این که بتواند دانش سازمانی را تحت تأثیر قرار دهد، می‌تواند بر روی فناوری اطلاعات سرمایه‌گذاری نماید. با ورود به عصر اطلاعات شرکت‌هایی به وجود آمدند که تنها دارایی آن‌ها دانش است و درآمدزایی در این شرکت‌ها تنها از طریق دانش سازمانی اعم از دانش افراد و شرکت به دست می‌آید و عصر اطلاعات به دنبال بلوغ فناوری اطلاعات به وجود آمد. فناوری اطلاعات از توان بالقوه مناسبی برای تبدیل فرآیندهای کار دانش برخوردار است. نقشی که فناوری اطلاعات در ایجاد، ذخیره سازی، انتقال و استفاده از دانش سازمانی ایفا کرده است کاملاً غیرقابل انکار است. پذیرش و بکارگیری انواع و اقسام راهکارهای مختلف فناوری اطلاعات در سازمان این قابلیت و توانمندی را برای شرکت‌ها ایجاد می‌نماید که بتوانند تولید کالاها و خدمات را با کیفیت بالاتر انجام دهند و وجود چنین اطلاعاتی می‌تواند مزیت برای سازمان در بازار ایجاد نماید. محققان معتقدند که فناوری اطلاعات یک عنصر جدایی ناپذیر در حال حاضر شده است که مدیریت دانش در هر صورت نیازمندی آ"است؛ بنابراین واضح است که فناوری اطلاعات می‌تواند به دانش سازمانی در سازمان کمک کند در فازهای مختلف. سازمان‌ها می‌توانند برای جمع‌آوری داده‌ها، تسهیم داده‌ها و... از راهکارهای فناوری اطلاعات بهره بگیرند و در همه فازها فناوری اطلاعات می‌تواند دقت و سرعت انجام کار را بالا ببرد. همراستا با نتیجه‌ای که در این فرضیه به دست آمد، در تحقیقات خارجی نیز نیوز و استریو (۲۰۲۰) نشان داد که فناوری اطلاعات بر دانش سازمانی تأثیر مثبت و معنی داری دارد. همچنین سوت و-آگوست و همکاران (۲۰۱۸) نشان داد که قابلیت فناوری اطلاعات، توانایی مدیریت دانش و پویایی محیطی با نوآوری رابطه مثبت دارد. فرضیه فرعی سوم تحقیق بیان می‌دارد که دانش سازمانی بر نوآوری مدیریت تأثیر مثبت و معنی داری دارد. نتایج به دست آمده از بررسی مقادیر معنی داری (۲,۸۶۹) مربوط به ضریب استاندارد (۰,۱۹۶) نشان

می‌دهد که مقدار معنی داری در ناحیه پذیرش فرض مقابل قرار دارد. در نتیجه فرضیه فرعی سوم تحقیق در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود. ضریب مسیر به دست آمده در واقع پیش بینی می‌کند که چنانچه دانش سازمانی به اندازه یک واحد افزایش (کاهش) یابد در نتیجه، دانش سازمانی به اندازه ۰٫۱۹۶ درصد افزایش (کاهش) خواهد یافت. تأثیر مثبت و معنی دار دانش سازمانی بر نوآوری مدیریت، نشان دهنده این موضوع است که هنوز دانش سازمانی اثرگذاری خود را بر نوآوری مدیریت از دست نداده است و سازمان برای این که بتواند نوآوری مدیریت را تحت تأثیر قرار دهد، می‌تواند بر روی دانش سازمانی سرمایه‌گذاری نماید. نوآوری مدیریت در واقع یک ساختار اجتماعی است که عمدتاً به همکاری و اشتراک اطلاعات و دانش بستگی دارد. از طرف دیگر وجود دانش سازمانی می‌تواند زمینه ساز نوآوری و خلاقیت در سازمان باشد. به این صورت که تجمع دانش افراد و ایده‌های کارمندان می‌تواند باعث تولید ایده‌های جدید توسط کارمندان دیگر می‌شود. از منظر بازار هم می‌توان این تأثیرگذاری را تأیید کرد. چرا که در بازار بی‌ثبات تنها چیزی که ثابت است تغییر است و برای این که سازمان بتواند به تغییرات پاسخ دهد باید بتواند از خود خلاقیت نشان دهد و در این شرایط شرکت‌ها و سازمان‌هایی می‌توانند موفق باشند که همواره در حال خلق دانش و به‌کارگیری آن هستند. همراستا با نتیجه‌ای که در این تحقیق به دست آمد، سفیانی و همکاران (۱۳۹۸) نشان داد که شبکه دانش نیز تأثیر مثبت معناداری بر نوآوری در فناوری اطلاعات دارد. در تحقیقی دیگر محمودزاده و علوی نژاد (۱۳۹۷) به این نتیجه رسید که رابطه معنی داری بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی وجود دارد. همچنین شاخص‌های مدیریت دانش نیز که شامل خلق دانش، ذخیره‌سازی دانش، انتقال دانش و کاربرد دانش است نیز همگی ارتباط معنی داری با نوآوری سازمانی دارند. همچنین بابایی زنگی آبی (۱۳۹۶) ارتباط بین مدیریت دانش، ارتباط آن را با نوآوری و فناوری اطلاعات و همچنین نقش آن‌ها در بهبود کارایی و اثربخشی فرآیندها را نشان داد. در همین راستا برای و جمشیدی (۱۳۹۶) در تحقیق خود به این نتیجه رسید که مدیریت دانش تأثیر مستقیم و مثبت و معنادار بر نوآوری سازمانی دارد. در تحقیقات خارجی نیز نیوز و استریو (۲۰۲۰) نشان داد که دانش سازمانی بر نوآوری مدیریت تأثیر مثبت و معنی داری دارد. در تحقیقی دیگر زی و همکاران (۲۰۱۸) نشان داد که ظرفیت تحول دانش شرکت‌ها و ظرفیت بهره‌برداری دانش، در رابطه بین کسب دانش و عملکرد نوآوری شرکت‌ها و همچنین بین جذب دانش و عملکرد نوآوری شرکت‌ها نقش واسطه‌ای دارند.

بر اساس نتایج به دست آمده پیشنهادهای کاربردی زیر مطرح می‌گردد:

- ✓ سیستم‌های اطلاعاتی مورد استفاده در این سازمان بایستی قابلیت به اشتراک‌گذاری اطلاعات را داشته باشد تا کارمندان بتوانند این مهم را انجام دهند. در واقع سامانه مورد استفاده توسط سازمان می‌بایست این امکان را داشته باشد.
- ✓ سازمان می‌بایست از سامانه تخصصی برای به اشتراک‌گذاری اطلاعات استفاده نماید. یکی از راهکارهای IT محور، استفاده از راهکارهای جامع ارتباط سازمانی است که در آن کارمندان می‌توانند به منظور تسهیل ارتباطات درون سازمانی از آن استفاده کنند. در این طبقه از سامانه‌ها که مبتنی بر پست الکترونیک است، سازمان قادر است که کلیه ابزارهای ارتباطی خود را در یک راهکار جامع ادغام کند و اطلاعات کاربران در سامانه‌های مختلف را به اشتراک بگذارد.
- ✓ هنگام عقد قرارداد با پیمانکار سامانه‌های مورد استفاده، بندهای مربوط به آموزش کاربران شامل فیلم‌های آموزشی و یا فایل‌های آموزشی حتماً لحاظ شود.

✓ فرآیند تأیید اسناد در سازمان می‌بایست طوری طراحی شود که کاملاً مبتنی بر فناوری اطلاعات باشد که این فرآیند کاملاً خودکار انجام شود. در واقع شرکت می‌بایست در تدوین اسناد و یا مستندات، با توجه به راهکارهای یکپارچه، بتوانند به صورت همزمان چندین نفر روی یک سند کار کنند و پس از نهایی شدن در همان فضا مدیر تأیید و اجرایی شود.

منابع

۱. احمدی زنجانی مقدم، ندا. (۱۳۹۸). نقش تکنولوژی اطلاعات بر ارتقای نوآوری خدماتی از طریق نقش میانجی کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های دانش بنیان، فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، ۳ (۱۲)، ۱۲۶-۱۳۹.
۲. احمدی، مریم. شیخ الاسلامی کندلوسی، نادر. زرگر، سیدمحمد. (۱۳۹۸). تأثیر انعطاف‌پذیری و یکپارچگی فناوری اطلاعات بر عملکرد سازمان با توجه به نقش نوآوری سازمانی، اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت دانش، بلاک چین و اقتصاد، تهران.
۳. اسدپور، مرتضی. کارگر، مهناز (۱۳۹۴). بررسی تأثیر نوآوری سازمانی و نوآوری مدیریتی در موفقیت شرکت‌های دانش بنیان مورد مطالعه: شرکت‌های دانش بنیان مستقر در پارک علم و فناوری گیلان. فصلنامه رشد فناوری. سال یازدهم. شماره ۴۳. صص ۷۱-۷۹.
۴. سفیانی، محمد رحیم. رضایی، نکیسا. رمضانی، سارا. (۱۳۹۸). تأثیر نوآوری در فناوری اطلاعات و شبکه دانشی بر عملکرد تجاری شرکت‌های صادرکننده در صنعت مواد غذایی، نشریه مدیریت کسب و کارهای بین‌المللی، ۲ (۴)، ۴۹-۲۳.
۵. سفیانی، محمد رحیم. رضایی، نکیسا. رمضانی، سارا. (۱۳۹۸). تأثیر نوآوری در فناوری اطلاعات و شبکه دانشی بر عملکرد تجاری شرکت‌های صادرکننده در صنعت مواد غذایی، نشریه مدیریت کسب و کارهای بین‌المللی، ۲ (۴)، ۴۹-۲۳.
۶. باوراند، بلقیس. زارع، حمید. فعلی، راضیه (۱۳۹۷). تأثیر انعطاف‌پذیری زیرساخت فناوری اطلاعات و یادگیری سازمانی بر عملکرد با نقش میانجی عملکرد زنجیره تأمین در شرکت‌های تولیدی استان خوزستان. فصلنامه مدیریت نوآوری در سازمان‌های دفاعی. سال اول. شماره ۱. صص ۹۶-۶۹.
۷. برای، رضا. جمشیدی، لاله. (۱۳۹۶). بررسی نقش مدیریت دانش بر نوآوری سازمانی در بین کارکنان دانشگاه مازندران، فصلنامه پژوهش‌های رهبری و مدیریت آموزشی، ۱ (۳)، ۱۱۷-۱۳۹.
۸. بصیری، مهدی. طلوعی عشقی، عباس. رادفر، رضا (۱۳۹۷). بررسی رویکردهای سیستمی به مدیریت دانش (مرور سیستماتیک مفاهیم، یافته‌ها و متدولوژی‌های به کار رفته). فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات بین رشته‌ای دانش راهبردی. سال هشتم. شماره ۳۱. صص ۱۱۹-۹۹.

۹. بیارامی ای گذر، جمال‌الدین. سبحان‌اللهی، محمدعلی. حاتمی، سعید (۱۳۹۵). نقش مدیریت دانش مشتری در ایجاد مزیت رقابتی از دیدگاه هواداران تراکتورسازی تبریز. مدیریت ورزشی. دوره‌ی ۸، شماره‌ی ۴. صص ۴۹۳-۴۸۱.
۱۰. جعفری پست کی، ندا. ابراهیم پور ارزبری، مصطفی. اکبری، محسن (۱۳۹۷). بررسی نقش قابلیت یکپارچگی دانش بر توسعه مشترک محصول با میانجی گری نوآوری باز. پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی. دوره‌ی ۸، شماره‌ی ۱. صص ۶۵-۴۷.
۱۱. جلیل‌وند، جمشید. شریفیان، اسماعیل. قهرمان تبریزی، کوروش (۱۳۹۹). مدل درختی توسعه‌ی زیرساخت فناوری اطلاعات سازمان‌های ورزشی از دیدگاه خبرگان تربیت بدنی و ورزش. پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش. دوره‌ی ۱۲. شماره‌ی ۴. صص ۹۷-۱۱۳.
۱۲. حقیقی نسب، منیژه. قدرت آبادی، لیلا. شفیع، شکوفه (۱۳۹۸). تأثیر تعهد مدیران ارشد، مدیریت دانش و یادگیری سازمانی بر سرمایه مشتری. فصلنامه مدیریت بازرگانی. دوره‌ی ۱۱. شماره‌ی ۲. صص ۳۷۴-۳۵۷.
۱۳. خطاپوش، حامد. فیلی، اردلان. ثابت، عباس. (۱۳۹۹). تأثیر فناوری اطلاعات بر ظرفیت‌های نوآوری باز، نخستین کنفرانس بین‌المللی و دومین کنفرانس ملی مدیریت، اخلاق و کسب و کار، شیراز.
۱۴. ربیعی مند جین، محمدرضا. رمضان‌مینی، معین (۱۳۹۶). بررسی تأثیر مدیریت دانش بر مزیت رقابتی با تأکید بر نقش واسطه‌ای نوآوری فناوری در سازمان زیباسازی شهر تهران. مدیریت شهری. شماره‌ی ۴۸. صص ۲۰۲-۱۸۷.
۱۵. سعیدیان، مسعود. سعیدی، پرویز. سمیعی، روح‌اله (۱۳۹۸). ارائه الگوی نوین از حاکمیت شرکتی و عملکرد شرکتی: مسئولیت اجتماعی و کارآفرینی شرکتی و نقش تعدیل‌کنندگی فناوری اطلاعات. تحقیقات حسابداری و حسابرسی. شماره‌ی ۴۳. صص ۱۵۰-۱۳۳.
۱۶. سیف‌اله پور، پیروز. زارعی، علی. خدا یاری، عباس (۱۳۹۹). اثر مدیریت تغییر و فناوری اطلاعات بر عملکرد داوران لیگ برتر فوتبال ایران. پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش. دوره‌ی ۱۲. شماره‌ی ۴. صص ۸۲-۷۱.
۱۷. طباطبایی، منصوره السادات و رضائی صدرآبادی، زهرا، ۱۴۰۱، تأثیر نوآوری مبتنی بر فناوری، منابع فناوری اطلاعات و تعهد سازمانی بر مزیت رقابتی سازمان با توجه به نقش مدیریت دانش، دهمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، حسابداری و توسعه اقتصادی
۱۸. عباسی اسفنج‌آنی، حسین. برزگر ولی‌لو، موسی. (۱۳۹۸). تحلیل ارتباط رهبری معنوی و عملکرد با نقش میانجی هویت سازمانی در سازمان تأمین اجتماعی استان آذربایجان شرقی، فصلنامه مدیریت سازمان‌های دولتی، ۷(۲)، ۹۷-۱۰۹.

۱۹. غفاری، حسن. آهنگ، فرحناز. ریزی، ابوبکر. شیء هکی تاش، نهیم (۱۳۹۹). تأثیر قابلیت‌های فناوری اطلاعات بر تشخیص فرصت کارآفرینی در شرکت‌های در حال رشد پارک علم و فناوری زهدان. فصلنامه‌ی رشد فناوری. سال شانزدهم. شماره‌ی ۶۲. صص ۱۲-۲۲.

۲۰. فتوحی اردکانی، محمدرضا، ۱۳۹۷، بررسی تأثیر ابعاد فناوری اطلاعات بر عملکرد نظام نوآوری مطالعه موردی: شرکت‌های دانش بنیان شهر تهران، پنجمین همایش بین‌المللی نوآوری، توسعه و کسب و کار، تهران.

۲۱. فیاض، الهه. موسوی راد، سیداحمد (۱۳۹۷). تحلیل سیاست‌های بهبود مدیریت دانش با استفاده از پویایی‌های سیستم. فصلنامه علمی پژوهشی پردازش و مدیریت اطلاعات. دوره‌ی ۳۴. شماره‌ی ۱. صص ۱۷۰-۱۳۹.

۲۲. کریمی کندی، ساجده (۱۳۹۹). نقش فناوری اطلاعات در توسعه انسانی و کارایی شغلی در بین دهیاران و شوراهای اسلامی روستاهای شهرستان نطنز. فصلنامه راهبردهای توسعه روستایی. جلد ۷. شماره‌ی ۱. صص ۶۱-۴۹.

۲۳. مظفری، محمدمهدی. اجلی، مهدی (۱۳۹۷). فاکتورهای بحرانی مؤثر به کارگیری فناوری اطلاعات در مدیریت زنجیره‌ی تأمین بشردوستانه. فصلنامه‌ی مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند. سال ششم. شماره‌ی ۲۳. صص ۳۲-۵.

۲۴. نظری، فریبا. مکون دی، احمد (۱۳۹۸). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر موفقیت پروژه‌های فناوری اطلاعات در شرکت ملی مناطق نفت خیز جنوب با روش تحلیل سلسله مراتبی. فصلنامه سیاست‌نامه‌ی علم و فناوری. دوره‌ی ۹. شماره‌ی ۴. صص ۲۸-۱۵.

25. Akgün, E., Dayan, M. and Di Benedetto, A. (2008), "New product development team intelligence: antecedents and consequences", *Information & Management*, Vol. 45 No. 4, pp. 221-226.
26. Alavi, M. and Leidner, D. E. (2001), "Knowledge management and knowledge management systems: conceptual foundations and research issues", *MIS Quarterly*, Vol. 25 No. 1, pp. 107-136.
27. Armbruster, H., Bikfalvi, A., Kinkel, S. and Lay, G. (2008), "Organizational innovation: the challenge of measuring nontechnical innovation in large-scale surveys", *Technovation*, Vol. 28 No. 10, pp. 644-657.
28. Camison, C. and Villar-Lopez, A. (2014), "Organizational innovation as an enabler of technological innovation capabilities and firm performance", *Journal of Business Research*, Vol. 67 No. 1, pp. 2891-2902.
29. Casimir, G., Ng, Y. N. K. and Cheng, C. L. P. (2012), "Using IT to share knowledge and the TRA", *Journal of Knowledge Management*, Vol. 16 No. 3, pp. 461-479.
30. Cerne, M., Jaklič, M. and Škerlavaj, M. (2013), "Management innovation in focus: the role of knowledge exchange, organizational size and IT system development and utilization", *European Management Review*, Vol. 10 No. 1, pp. 153-166.
31. Ceylan, C. (2013), "Commitment-based HR practices, different types of innovation activities and firm innovation performance", *The International Journal of Human Resource Management*, Vol. 24 No. 1, pp. 208-226.

32. Chang, Y. -Y. (2016), "Multilevel transformational leadership and management innovation intermediate linkage evidence", *Leadership & Organization Development Journal*, Vol. 37 No. 2, pp. 265-288.
33. Chen; Fong, P. S. W.; (2015). "Evaluation of knowledge management performance: An organic approach", *Inf. Manag.*, Vol. 52, No. 4, pp. 431-453, 2015.
34. Damanpour, F. and Aravind, D. (2012), "Managerial innovation: conceptions, processes, and antecedents", *Management and Organization Review*, Vol. 8 No. 2, pp. 423-454.
35. Damanpour, F. and Gopalakrishnan, S. (2001), "The dynamics of the adoption of product and process innovations in organizations", *Journal of Management Studies*, Vol. 38 No. 1, pp. 45-65.
36. Gallego, J., Rubalcaba, L. and Hipp, C. (2013), "Services and organisational innovation: the right mix for value creation", *Management Decision*, Vol. 51 No. 6, pp. 1117-1134.
37. Gallouj, F. (2002), "Innovation in services and the attendant old and new myths", *Journal of Socio-Economics*, Vol. 31 No. 2, pp. 137-154.
38. Gimenez, C., Sierra, V., Rodon, J. and Rodriguez, J. A. (2015), "The role of information technology in the environmental performance of the firm", *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, Vol. 28 No. 2, pp. 273-291.
39. Hecker, A. and Ganter, A. (2013), "The influence of product market competition on technological and management innovation: firm-level evidence from a large-scale survey", *European Management Review*, Vol. 10 No. 1, pp. 17-33.
40. Hellström, A., Lifvergren, S., Gustavsson, S. and Gremyr, I. (2015), "Adopting a management innovation in a professional organization: the case of improvement knowledge in healthcare", *Business Process Management Journal*, Vol. 21 No. 5, pp. 1186-1203.
41. Hjalager, A. M. (2010), "A review of innovation research in tourism", *Tourism Management*, Vol. 31 No. 1, pp. 1-12.
42. Hussein, M. K., Al-tekreiti, R. B. N., Hasan, M. F., & Flayyih, H. H. (2023). The Moderate Role of the Perceived Orientation of Information Technology in the Relationship between Human Capital and Organizational Innovation Mediating Orientations to Learning: Literature Review. *Ishtar journal of economics and business studies*, 4(1).
43. Jackson, C. (1989), "Building a competitive advantage through information technology", *Long Range Planning*, Vol. 22 No. 4, pp. 29-39.
44. Jimenez-Jimenez, D., Martínez-Costa, M. and Sanchez Rodriguez, C. (2019), "The mediating role of supply chain collaboration on the relationship between information technology and innovation", *Journal of Knowledge Management*, Vol. 23 No. 3, pp. 548-567.
45. Khalifaa, M. and Liub, V. (2008), "Semantic network representation of computer-mediated discussions: conceptual facilitation form and knowledge acquisition", *Omega*, Vol. 36 No. 2, pp. 252-266.
46. Lievrouw, L. A. and Finn, T. A. (2009), "New information technologies and informality: comparing organizational information flows using the CSM", *International Journal of Technology Management*, Vol. 1 Nos 1-2, pp. 28-42.

47. Lin, H. -F., Su, J. -Q. and Higgins, A. (2016), "How dynamic capabilities affect adoption of management innovations", *Journal of Business Research*, Vol. 69 No. 2, pp. 862-876.
48. Marjchrzak, A., Cooper, L. and Neece, O. (2004), "Knowledge reuse for innovation", *Management Science*, Vol. 50 No. 2, pp. 174-188.
49. Meuer, J. (2014), "Archetypes of inter-firm relations in the implementation of management innovation: a set-theoretic study in China's biopharmaceutical industry", *Organization Studies*, Vol. 35 No. 1, pp. 121-145.
50. Mol, M. J. and Birkinshaw, J. (2009), "The sources of management innovation: when firms introduce new management practices", *Journal of Business Research*, Vol. 62 No. 12, pp. 1269-1280.
51. Moliner-Velázquez, B., Fuentes-Blasco, M. and Gil-Saura, I. (2015), "ICT adoption in hotels and electronic word-of-mouth", *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, Vol. 28 No. 2, pp. 227-250.
52. Mothe, C. and Nguyen-Thi, T. U. (2010), "The link between nontechnological innovations and technological innovation", *European Journal of Innovation Management*, Vol. 13 No. 3, pp. 313-332.
53. Neo, B. S. (1988), "Factors facilitating the use of information technology for competitive advantage – an exploratory study", *Information & Management*, Vol. 15 No. 4, pp. 191-201.
54. Nieves, J. and Osorio, J. (2020), "Using information technology to achieve management innovation", *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, Vol. 32 No. 1, pp. 20-39.
55. Nieves, J. and Segarra-Ciprés, M. (2015), "Management innovation in the hotel industry", *Tourism Management*, Vol. 46 No. 1, pp. 51-58.
56. OECD/Eurostat (2005), *Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*, 3rd ed., OECD/Eurostat, París, available at: www.oecd.org/sti/inno/oslomanualguidelinesforcollectingandinterpretinginnovationdata3rdedition.htm (accessed May 7, 2016).
57. Okhuysen, G. and Eisenhardt, K. M. (2002), "Integrating knowledge in groups: how simple formal interventions enable flexibility", *Organization Science*, Vol. 13 No. 4, pp. 370-386.
58. Okumus, F. (2013a), "Untitled (editorial)", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 25 No. 7, pp. 968-969.
59. Okumus, F. (2013b), "Facilitating knowledge management through information technology in hospitality organizations", *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, Vol. 4 No. 1, pp. 64-80.
60. Olivera, F. (2000), "Memory systems in organizations: an empirical investigation of mechanism for knowledge collection, storage and access", *Journal of Management Studies*, Vol. 37 No. 6, pp. 811-832.
61. Ologbo, A. C. Nor, K. M (2015). *Knowledge Management Processes and Firm Innovation Capability: A Theoretical Model*. Published by Canadian Center of Science and Education. *Asian Social Science*. Vol. 11. No. 18.
62. Orfila-Sintes, F. and Mattsson, J. (2009), "Innovation behavior in the hotel industry", *Omega*, Vol. 37 No. 2, pp. 380-394.

63. Paguio, Mary Ann C. (2016). Knowledge management system Approach for students Appeal Domain: A Study. *International Journal of Computer Applications*. Vol 139. No%, April 2016.
64. Parga-Dans, E., Martín-Ríos, C. and Criado-Boado, F. (2013), "Organizational and management innovation as a driving force of business renewal", *Journal of Technology Management & Innovation*, Vol. 8 No. 2, pp. 132-143.
65. Pavlou, P. A. and El Sawy, O. A. (2011), "Understanding the elusive black box of dynamic capabilities", *Decision Sciences*, Vol. 42 No. 1, pp. 239-273.
66. Pawlowski, J. M. & Bick, M. (2015). The global knowledge management framework: Toward a theory for knowledge management in globally distributed settings. *Leading Issues in Knowledge Management*, 2, 134.
67. Porter, M. E. and Millar, V. E. (1985), "How information gives you competitive advantage", *Harvard Business Review*, Vol. 63 No. 4, pp. 149-160.
68. Qin, Y., Li, B. and Yu, L. (2015), "Management innovations in a Chinese hotel company: the case of 7 days Inn", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 27 No. 8, pp. 1856-1880.
69. Roberts, N., Galluch, P. S., Dinger, M. and Grover, V. (2012), "Absorptive capacity and information systems research: review, synthesis, and directions for future research", *MIS Quarterly*, Vol. 36 No. 2, pp. 625-648.
70. Salazar, M. R., Lant, T. K., Fiore, S. M. and Salas, E. (2012), "Facilitating innovation in diverse science teams through integrative capacity", *Small Group Research*, Vol. 43 No. 5, pp. 527-558.
71. Santoro G., Vrontis D., Thrassou A., Dezi L. (2017) "The Internet of Things: Building a knowledge management system for open innovation and knowledge management capacity", *Technological Forecasting and Social Change*, pp. 1-8.
72. Saqib. Muhammad, Mohammed Udin. Zulkifli, Baluch. Nazim, (2017). THE IMPACT OF Knowledge Management on Organizational Performance in Today's Econom. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, Vol. 12, Issue 3, ISSN 2289.
73. Sher, P. J. and Lee, V. C. (2004), "Information technology as a facilitator for enhancing dynamic capabilities through knowledge management", *Information & Management*, Vol. 41 No. 8, pp. 933-945.
74. Shujahat, M., Sousa, M. J., Hussain, S., Nawaz, F., Wang, M., & Umer, M. (2017). Translating the impact of knowledge management processes into knowledge-based innovation: The neglected and mediating role of knowledge-worker productivity. *Journal of Business Research*.
75. Songkram, N., & Chootongchai, S. (2020). Effects of pedagogy and information technology utilization on innovation creation by SECI model. *Education and Information Technologies*, 25, 4297-4315.
76. Soto-Acosta, P., Popa, S. and Martinez-Conesa, I. (2018), "Information technology, knowledge management and environmental dynamism as drivers of innovation ambidexterity: a study in SMEs", *Journal of Knowledge Management*, Vol. 22 No. 4, pp. 824-849.

77. Souto, J. E. (2015), "Business model innovation and business concept innovation as the context of incremental innovation and radical innovation", *Tourism Management*, Vol. 51 No. 6, pp. 142-155.
78. Tether, B. S. (2003), "The sources and aims of innovation in services: variety between and within sectors", *Economics of Innovation and New Technology*, Vol. 12 No. 6, pp. 481-505.
79. Trivella. L., & Dimitriosb, N. K., (2015). "Knowledge management strategy within the higher education the case of Greece". *International Conference on Strategic Innovative Marketing, IC-SIM 2014*, September 1-4, 2014, Madrid, Spain, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 175, 488 – 495.
80. Tseng, S. -M.; (2016). "The effect of knowledge management capability and customer knowledge gaps on corporate performance", *J. Enterp. Inf. Manage.*, Vol. 29, No. 1, pp. 51-71, 2016.
81. Vaccaro, I. G. (2010), "Management innovation: studies on the role of internal change agents (No. EPS-2010-212-STR)", *ERIM PhD Series Research in Management*, Erasmus Research Institute of Management (ERIM), Rotterdam, available at: <http://hdl.handle.net/1765/21150> (accessed January 10, 2015).
82. Vaccaro, I. G., Jansen, J. J. P., Van Den Bosch, F. A. J. and Volberda, H. W. (2012), "Management innovation and leadership: the moderating role of organizational size", *Journal of Management Studies*, Vol. 49 No. 1, pp. 28-51.
83. Van der Aa, W. and Elfring, T. (2002), "Realizing innovation in services", *Scandinavian Journal of Management*, Vol. 18 No. 2, pp. 155-171.
84. Väyrynen H., Helander N., Vasell T. (2017) "Knowledge Management For Open Innovation: Comparing Research Results Between Smes And Large Companies", *International Journal of Innovation Management*, 21(5): 1740004.
85. Volberda, H. W., Van Den Bosch, F. A. J. and Heij, C. V. (2013), "Management innovation: management as fertile ground for innovation", *European Management Review*, Vol. 10 No. 1, pp. 1-15.
86. Walker, R. M., Damanpour, F. and Devece, C. A. (2011), "Management innovation and organizational performance: the mediating effect of performance management", *Journal of Public Administration Research and Theory*, Vol. 21 No. 2, pp. 367-386.
87. Wightman, D. W. L. (1987), "Competitive advantage through information technology", *Journal of General Management*, Vol. 12 No. 4, pp. 36-45.
88. Xie, X., Zou, H., & Qi, G. (2018). *Knowledge absorptive capacity and innovation performance in high-tech companies: A multi-mediating analysis. Journal of Business Research*, 88, 289–297. doi: 10.1016/j.jbusres.2018.01.019.
89. Youndt, M. A. and Snell, S. A. (2004), "Human resource configurations, intellectual capital and organizational performance", *Journal of Managerial Issues*, Vol. XVI No. 3, pp. 337-360.