

رابطه بین اشتراک دانش و گرایش به نوآوری سازمانی در دانشگاه تخصصی فناوری‌های نوین آمل

سید محمد میر کمالی^۱، علی لطفی^۲، محمدمهدی بابائی^{۳*}

مطالعات دانش‌شناسی

سال چهارم، شماره ۱۴، بهار ۹۷، ص ۹۸ تا ۱۱۳

تاریخ دریافت: ۹۶/۰۸/۳۰

تاریخ پذیرش: ۹۷/۰۲/۱۵

چکیده

هدف این پژوهش بررسی رابطه بین اشتراک دانش و گرایش به نوآوری سازمانی در دانشگاه تخصصی فناوری‌های نوین آمل بود. روش پژوهش، توصیفی از نوع همبستگی و از نظر هدف، کاربردی بود. جامعه آماری شامل کارکنان دانشگاه فناوری نوین آمل بودند. از بین جامعه آماری بر اساس فرمول کوکران تعداد ۱۳۲ نفر از کارکنان به روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند. ابزار پژوهش، پرسشنامه ساختاریافته بود. داده‌ها با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون، رگرسیون چندگانه به روش گام‌به‌گام با استفاده از نرم‌افزار SPSS21 تحلیل شد. یافته‌ها نشان داد بین اشتراک دانش و گرایش به نوآوری سازمانی رابطه وجود دارد. تحلیل رگرسیون نیز نشان داد که رفتار اشتراکی، تمایل به اشتراک دانش و باورهای کنترلی نوآوری سازمانی کارکنان را پیش‌بینی می‌کنند.

واژگان کلیدی: اشتراک دانش، نوآوری سازمانی، مراکز آموزش عالی، دانشگاه تخصصی فناوری‌های نوین آمل

۱. استاد گروه مدیریت و برنامه ریزی آموزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. mkamali@ut.ac.ir

۲. دانشجوی دکتری مدیریت آموزش عالی، دانشگاه تهران، دبیر آموزش و پرورش و مدرس دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران. Ali657@gmail.com

۳.* دانشجوی دکتری اقتصاد و مدیریت مالی آموزش عالی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. m.zmbm67@gmail.com

مقدمه

مراکز آموزش عالی و دانشگاه‌ها به‌عنوان محور توسعه و تحول و کانون اصلی تربیت نیروی انسانی متخصص و آموزش‌دیده در هر جامعه‌ای محسوب می‌شود. در این گونه مراکز اعضای هیئت علمی به‌عنوان سرمایه‌های ارزشمند محسوب می‌شوند. داشتن چنین سرمایه‌ای زمانی می‌تواند ارزش آفرین و قدرت آفرین باشد که دانش افراد در سازمان به جریان افتد و افراد بتوانند دانش خود را با اعضای درونی و بیرونی سازمان به اشتراک بگذارند. در صورتی که فرهنگ به اشتراک‌گذاری دانش در محیط دانشگاهی پذیرفته شود، تعامل علمی حاصل از پذیرش این فرهنگ توسط اعضای هیئت علمی، امکان ایجاد آموزش کارآمد و یادگیری اثربخش را در محیط دانشگاه فراهم می‌کند (پور سراجی، صالح اولیاء، علی‌آبادی، ۱۳۹۲). امروزه تحقق مدیریت دانش، تسهیم و مستندسازی آن در دانشگاه‌ها از ضروریات اساسی جامعه دانش‌محور کنونی است و مدیریت دانش یکی از مهم‌ترین چالش‌هایی هستند که مؤسسات آموزش عالی با آن مواجه هستند. صرف‌نظر از کاربرد این رویکرد در صنعت و تجارت پرداختن به این موضوع در موسسه‌های آموزش عالی که اساساً محل دانش هستند جای تأمل دارد (حسین قلی‌زاده، میر کمالی، ۱۳۸۸). از این رو دانش به‌عنوان منبعی برای توانمندسازی سازمان‌ها و همچنین به‌عنوان یک مزیت رقابتی برای سازمان‌هاست. امروزه مزیت رقابتی یک سازمان تا حد زیادی به دانش وابسته است و سازمان‌ها نیاز به حمایت از اشتراک‌گذاری دانش در میان کارکنان را احساس می‌کنند چراکه اشتراک‌گذاری دانش زمینه را برای خلق دانش در سازمان‌ها فراهم می‌کند. لی^۱ (۲۰۰۳) معتقد است دانش به‌عنوان مهم‌ترین دارایی یک سازمان مطرح است و وقتی به‌طور مناسب به کار رود، می‌تواند منجر به توسعه و بهبود تولید و خدمات شود. به اشتراک‌گذاری دانش دارای جنبه‌های برجسته و متمایز بسیاری است. از این جهت هرگاه کارکنان، دانش خود را به اشتراک بگذارند، ارزش هم‌افزایی بیشتری ایجاد می‌شود (جباری، مدهوشی، ۱۳۹۳). چراکه اشتراک دانش مهم‌ترین بخش از فرایند مدیریت دانش در سازمان

است (حسین قلی زاده، میر کمالی، ۱۳۸۸)؛ بنابراین به اشتراک گذاری دانش به عنوان یک منبع مهم در سازمان‌های مدرن امروزی است. آراسته و لبانی مطلق (۱۳۹۲) معتقدند که اکثر سازمان‌ها روی فناوری و آموزش سرمایه‌گذاری کرده‌اند درحالی‌که به‌ندرت این چنین سرمایه‌گذاری را برای اشتراک و خلق دانش انجام می‌دهند. به اعتقاد آن‌ها سازمان‌های امروزی، باید بر اساس اشتراک تجربیات خود با سایر سازمان‌ها عمل کنند. اشتراک هدفمند دانش در سازمان‌ها به یادگیری سریع‌تر فردی و سازمانی منجر گشته، خلاقیت را توسعه می‌دهد و در نهایت به بهبود عملکرد فرد و سازمان می‌انجامد. بر این اساس است که سازمان‌ها اشتراک دانش را تقویت و کارکنان خود را به این امر تشویق می‌کنند چون افراد، به‌طور معمول کاری را انجام می‌دهند که به انجام آن گرایش دارند، انتظار می‌رود افراد زمانی علاقه‌مند به اشتراک دانش باشند که گرایش مثبتی نسبت به آن پیدا کنند. اشتراک دانش، نیازمند تعهد بادوام، خلاقیت و فرایندهای یادگیری تعاملی است.

مطالعات متعددی بر نقش مدیریت دانش در فرایند نوآوری، تمرکز نموده‌اند و اهمیت مدیریت دانش و رابطه آن با نوآوری به شکل گسترده‌ای مورد تأیید واقع شده است (گانندی، داتون^۱، ۲۰۰۱). نوآوری سازمانی عبارت است از ایجاد محصولات و خدمات قابل استفاده و ارزشمند در سازمان و تمایل یک سازمان به توسعه محصولات و خدمات پیشرفته و جدید و ارائه آن‌ها به بازار و کاربرد ایده‌ها یا رفتار بدیع (لیائو^۲ و همکاران، ۲۰۰۸). مؤلفه‌های اصلی نوآوری سازمانی از نظر میر کمالی و چوپانی (۱۳۹۰) عبارت است از: نوآوری تولیدی: نوآوری تولیدی فراهم‌کننده ابزاری برای تولید است که به توسعه و ارائه خدمات جدید و بهبود یافته اشاره دارد. در واقع می‌توان گفت که منظور از نوآوری‌های تولیدی این است که تا چه حد سازمان در ارائه خدمات جدید، اختصاص منابع مالی به تحقیق و توسعه و مواردی از این قبیل پیش‌تاز است.

نوآوری فرایندی: نوآوری فرایندی ابزاری را در جهت حفظ و بهبود کیفیت و صرفه‌جویی هزینه‌ها فراهم می‌کند؛ و دربرگیرنده اتخاذ روش‌های جدید یا بهبود یافته تولید، توزیع یا

تحويل خدمات است. در واقع منظور از نوآوری‌های فرایندی این است که سازمان تا چه اندازه فناوری‌های جدید را به کار می‌گیرد و روش‌های انجام کار را به بوت‌ه آزمایش می‌گذارد. تغییر در فرایند تولید یا خدمات، جست‌وجوی راه‌ها و روش‌های جدید برای انجام امور و پیش‌تاز بودن در ارائه راه‌ها و روش‌های جدید تولید را از شاخص‌های کلیدی سنجش این بعد است (چوپانی، زارع خلیلی، قاسمی، غلام‌زاده، ۱۳۹۱).

نوآوری اداری: نوآوری اداری به رویه‌ها، سیاست‌ها و اشکال سازمانی جدید اشاره دارد. در واقع منظور از نوآوری اداری این است که تا چه میزان مدیران سازمان از سیستم‌های نوین مدیریتی و ... در اداره کردن استفاده می‌کنند.

با توجه به مطالب گفته‌شده باید گفت که به اشتراک‌گذاری دانش تأثیر مثبتی بر فعالیت‌ها و اقدامات سازمان دارد و سازمان‌هایی که زمینه را برای اشتراک‌گذاری دانش فراهم آورده‌اند، نسبت به سازمان‌های دیگر موفق‌ترند. این امر در آموزش عالی بیش از هر جای دیگر صادق است. این امر اهمیت به اشتراک‌گذاری دانش را در نوآوری‌های سازمانی آشکار می‌سازد. از این رو مؤسسات آموزش عالی باید در راستای فرهنگ اشتراک‌گذاری دانش تلاش کنند زیرا یادگیری سازمانی را گسترش می‌دهد و منجر به افزایش نوآوری سازمانی می‌شود.

نتایج پژوهش احمدیان و دیگران (۱۳۹۰) نشان داد که رکود دانش، اثر منفی بر یادگیری سازمانی و نوآوری سازمانی دارد. طالقانی، انواری و افتخاری (۱۳۹۱) در پژوهشی تحت عنوان رابطه بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی در یک شرکت بیمه به این نتیجه رسیده‌اند که برای اینکه نوآوری سازمانی حاصل شود، مدیران به یکپارچه‌سازی سرمایه‌های دانشی در بخش‌های مختلف و در اختیار داشتن دانش نیروهای داخلی و خارجی نیاز دارند. از طرفی باید دانش در سرتاسر سازمان توزیع شود، توزیع بهتر دانش، احتمال ظهور نوآوری سازمانی را افزایش خواهد داد. پژوهش الهی، رستگار و شفیعی نیک‌آبادی (۱۳۹۳) تحت عنوان بررسی تأثیر قابلیت‌های فرایندی مدیریت دانش بر عملکرد نوآوری با اثر میانجی فرایند نوآوری در سازمان‌ها با فناوری پیشرفته حاکی از معناداری قابلیت‌های فرایندی مهارت دانش بر فرایند نوآوری و عملکرد نوآوری است. بهلول، قلی‌زاده و کرمی (۱۳۹۴) در

پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که باورهای هنجاری و باورهای کنترلی به طور مستقیم و غیرمستقیم نقش تعیین کننده‌ای در ایجاد تمایل و رفتار اشتراک دانش معلمان دارند. درحالی که اثر باورهای رفتاری بر تمایل و رفتار اشتراک دانش معنی دار نیست. علاوه بر این، یافته‌ها حاکی از آن است که درک از دست دادن قدرت، درک لذت بردن از کمک به دیگران، کسب شهرت، نوآوری و فناوری با واسطه باورهای هنجاری بر تمایل به اشتراک دانش اثر می‌گذارد و سه عامل فواید ادراک شده، فناوری و نوآوری با واسطه باورهای کنترلی بر رفتار اشتراک دانش اثر مستقیم دارند. در این میان، انگیزه‌های سازمانی درک شده بدون واسطه بر تمایل به اشتراک دانش اثر می‌گذارد. پژوهش اگبو^۱ (۲۰۰۴) نشان می‌دهد رابطه مثبت و معنی‌داری بین مدیریت دانش و سرمایه فکری با نوآوری سازمانی است. سوپار^۲ (۲۰۰۶) معتقد است که توجه به اشتراک گذاری دانش در میان کارکنان آموزشی می‌تواند منجر به بهبود عملکرد و فرصت‌هایی برای نوآوری شود. وانگ و نو^۳ (۲۰۱۰) ضمن تأکید بر به اهمیت به اشتراک گذاری دانش به ۵ مؤلفه بافت سازمانی، ویژگی‌های تیمی و بین فردی، ویژگی‌های فرهنگی، ویژگی‌های فردی و عوامل انگیزشی در سازمان‌ها اشاره می‌کنند. دلگادو، مارتین و ناواس^۴ (۲۰۱۱) نشان دادند که دانش (سرمایه فکری) بر قابلیت نوآوری تأثیر دارد. وانگ و وانگ^۵ (۲۰۱۲) معتقدند که وقتی اعضای یک سازمان اطلاعات، مهارت‌ها، درس‌های یاد گرفته شده و تجربیات را با دیگران در میان می‌گذارند، نوآوری در سازمان بهبود می‌یابد؛ بنابراین توجه دانشگاه‌ها به عنوان یک سازمان مبتنی بر دانش یک ضرورت است که می‌تواند منجر به یادگیری و در نهایت شکل‌گیری فرایندهای نوآورانه شود.

1. Egbu
2. Supar
3. Wang & Noe
4. Delgado., Marti 'n, & Navas
5. Wang & Wang

هجاسی و دیگران^۱ (۲۰۱۴) عوامل مؤثر بر اشتراک دانش در سازمان‌ها را به این صورت بیان می‌کنند: عوامل انسانی/فردی، مالکیت روانی دانش^۲، نیاز به پیشرفت و خودشکوفایی^۳، نوع دوستی^۴، اعتبار و موقعیت^۵ (روابط متقابل استراتژیک^۶، درک پاداش: پیشرفت شغلی / پاداش‌های پولی^۷)، عوامل سازمانی (فرهنگ سازمانی: باز، فرهنگ اجتماعی و یادگیری^۸، انصاف و عدالت^۹، مشارکت در تصمیم‌گیری^{۱۰}، ساختار مدیریت دانش^{۱۱}، جو تعاملی اجتماعی و ارتباطی^{۱۲}، تعهد رهبری به اشتراک دانش^{۱۳}، اعتماد^{۱۴} و فناوری.

با توجه به مطالب گفته‌شده باید گفت که اشتراک‌گذاری دانش تأثیر مثبتی بر فعالیت‌ها و اقدامات سازمان دارد. مؤسسات آموزش عالی با بهره‌گیری از اشتراک دانش می‌توانند خود را به پله رقابتی رسانده و به درجه بالاتری از کیفیت ابداع و کارآیی دست یابند. مرور یافته‌های پژوهش‌های انجام شده نشان داد سازمان‌هایی که زمینه را برای اشتراک دانش فراهم آورده‌اند، نسبت به سازمان‌های دیگر موفق‌ترند و نوآوری سازمانی در آن‌ها افزایش پیدا می‌کند. از این رو برآیند اشتراک دانش، خلق دانش جدید و نوآوری و در نتیجه بهبود عملکرد سازمان است. با توجه به اهمیت موضوع اشتراک‌گذاری دانش در نوآوری سازمانی، این پژوهش در دانشگاه تخصصی فناوری‌های نوین آمل که یکی از دانشگاه‌های نوپا در آموزش عالی ایران است، انجام شد و به سؤالات زیر پاسخ می‌دهد.

- آیا بین اشتراک دانش و گرایش به نوآوری سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد؟

1. hejase
2. psychological ownership of knowledge
3. need for achievement and self actualization
4. altruism
5. eputation and status
6. strategic reciprocity
7. reward perception: career advancement/ monetary rewards
8. Organizational culture: open, communal and learning culture
9. Fairness & justice
10. participation in decision making
11. knowledge management structures
12. communication/social interaction climate
13. leadership commitment to knowledge sharing
14. trust

- آیا بین مؤلفه‌های اشتراک دانش با گرایش به نوآوری سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد؟

- آیا مؤلفه‌های اشتراک دانش توانایی پیش‌بینی گرایش به نوآوری سازمانی را دارند؟

روش

پژوهش حاضر به لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ جمع‌آوری داده‌ها از نوع توصیفی به شمار می‌رود. از آنجاکه به بررسی رابطه بین دو متغیر اشتراک دانش و نوآوری سازمانی می‌پردازد، می‌توان گفت پژوهش حاضر از نوع توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری در این پژوهش را مدیران و کارکنان دانشگاه تخصصی فناوری‌های نوین آمل تشکیل می‌دهد. حجم نمونه به روش نمونه‌گیری تصادفی ۱۳۲ نفر برآورد گردید. برای جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش از دو پرسشنامه استفاده شده است:

الف) پرسشنامه رفتار به اشتراک‌گذاری دانش. برای رفتار اشتراک‌گذاری دانش از پرسشنامه بهلول (۱۳۹۲) استفاده شد. دارای ۵ مؤلفه نگرش به اشتراک دانش سؤالات ۱ تا ۵، باورهای هنجاری به اشتراک دانش سؤالات ۶ تا ۹، باورهای کنترلی سؤالات ۱۰ تا ۱۷، تمایل به اشتراک دانش سؤالات ۱۸ تا ۲۸، رفتار اشتراک دانش سؤالات ۲۹ تا ۳۲ است. روایی پرسشنامه با استفاده از نظر سه تن از اساتید تأیید شد و پایایی آن با آلفای کرونباخ ۰.۹۰٪ به دست آمد.

ب) پرسشنامه گرایش به نوآوری سازمانی میرکمالی و چوپانی (۱۳۹۰). دومین پرسشنامه مورد استفاده در این پژوهش گرایش به نوآوری سازمانی است. این پرسشنامه با توجه به سه بعد تولیدی، فرایندی و اداری در قالب مقیاس ۵ گزینه‌ای لیکرت طراحی شد و دارای ۱۷ سؤال و ترکیبی از پرسش‌نامه‌های جیمنز-جیمنز و دیگران (۲۰۰۶)، پنیادز (۲۰۰۶)، پراجگو و سوהל (۲۰۰۶) است. پایایی این پرسشنامه در پژوهش ایلی و دیگران (۰/۹۱) و چوپانی و دیگران (۰/۸۹) حاکی از پایا بودن این پرسشنامه است. به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش از روش آمار توصیفی و همچنین از آمار استنباطی مانند ضریب همبستگی پیرسون

و رگرسیون گام به گام استفاده شده است. برای تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS vs.21 استفاده شد.

یافته‌ها

بر اساس شاخص‌های توصیفی، افراد نمونه از ۶۸/۹ درصد مرد و ۳۱/۱ درصد زن تشکیل شده بود. در رابطه با تحصیلات نیز ۲۶/۵ درصد دارای مدرک دکترا، ۲۵/۸ درصد دانشجوی دوره دکترا و ۴۷/۷ درصد دارای مدرک ارشد می‌باشند.

در این قسمت بر اساس اطلاعات به‌دست آمده، به بررسی و تحلیل سؤال‌ها پژوهشی مطرح‌شده پرداخته می‌شود. با توجه به اینکه نرمال بودن توزیع نمونه‌ها با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنف مورد تأیید قرار گرفته است، در این بخش از آزمون‌های آماری همبستگی پیرسون و رگرسیون گام به گام که از نوع پارامتریک هستند، استفاده شد. در پاسخ به سؤال اول پژوهش که آیا بین اشتراک دانش و گرایش به نوآوری سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد، از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است که نتایج آن در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. همبستگی بین اشتراک دانش و گرایش به نوآوری سازمانی

متغیر	نوآوری سازمانی	سطح معنی‌داری
اشتراک دانش	۰/۴۴۱	۰/۰۰۱

بین دو متغیر اشتراک دانش و گرایش به نوآوری سازمانی در سطح اطمینان ۹۹ درصد رابطه مثبت وجود دارد. به عبارت دیگر افزایش یا کاهش اشتراک دانش با افزایش یا کاهش نوآوری سازمانی در این سازمان همراه خواهد بود.

در پاسخ به سؤال دوم پژوهش که آیا بین ابعاد اشتراک دانش با گرایش به نوآوری سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد؟ از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است که نتایج آن در جدول ۲ ارائه شده است.

رابطه بین اشتراک دانش و گرایش به نوآوری سازمانی در ...

جدول ۲. همبستگی بین ابعاد اشتراک دانش و گرایش به نوآوری سازمانی

متغیر	نگرش به اشتراک دانش	باورهای هنجاری به اشتراک	باورهای کنترلی	تمایل به اشتراک دانش	رفتار اشتراک دانش
نوآوری سازمانی	۰/۱۷۷*	۰/۰۹۱	۰/۲۶۴**	۰/۱۵۵	۰/۳۰۷**

با توجه به جدول ۲ می‌توان گفت که بعد نگرش به اشتراک دانش، باورهای کنترلی و رفتار اشتراک دانش با گرایش به نوآوری سازمانی رابطه معنی‌داری دارند. میزان همبستگی این متغیرها به ترتیب برابر است با ۰/۱۷۷، ۰/۲۶۴ و ۰/۳۰۷ که اولی در سطح آلفای ۰/۰۵ و متغیر دوم و سوم در سطح آلفای ۰/۰۱ معنی‌دار است. به عبارت دیگر می‌توان گفت که افزایش هر کدام از ابعاد نگرش به اشتراک دانش، باورهای کنترلی و رفتار اشتراک دانش باعث افزایش گرایش به نوآوری سازمانی می‌گردند؛ اما ابعاد دیگر اشتراک دانش (باورهای هنجاری به اشتراک و تمایل به اشتراک دانش) با گرایش به نوآوری سازمانی در این سازمان رابطه‌ای ندارند.

در پاسخ به سؤال سوم پژوهش که آیا ابعاد اشتراک دانش توانایی پیش‌بینی گرایش به نوآوری سازمانی را دارند؟ از آزمون رگرسیون به روش گام‌به‌گام استفاده شده است که نتایج آن در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳. نتایج حاصل از روش رگرسیون گام‌به‌گام برای بررسی پیش‌بین ابعاد اشتراک دانش با گرایش به نوآوری سازمانی

گام‌ها	متغیرهای پیش‌بین	R	R2	B	Beta	t	P
گام اول	رفتار اشتراکی	۰/۳۰۷	۰/۰۹۴	۰/۴۵۱	۰/۳۰۷	۳/۶۸۲	۰/۰۰۰
گام دوم	رفتار اشتراکی تمایل	۰/۳۸۱	۰/۱۴۵	۰/۵۲۳	۰/۳۵۷	۴/۲۸۱	۰/۰۰۰
	به اشتراک دانش			۰/۲۱۶	۰/۲۳۱	۲/۷۷۵	۰/۰۰۶
گام سوم	رفتار اشتراکی تمایل			۰/۴۵۹	۰/۳۱۳	۳/۷۵۰	۰/۰۰۰
	به اشتراک دانش	۰/۴۳۱	۰/۱۸۶	۰/۲۱۴	۰/۲۲۹	۲/۸۰۲	۰/۰۰۶
	باورهای کنترلی			۰/۳۴۲	۰/۲۰۶	۲/۵۲۸	۰/۰۱۳

در پاسخ به سؤال سوم پژوهش در رابطه با اینکه آیا مؤلفه‌های اشتراک دانش (تمایل به اشتراک دانش، رفتار اشتراک دانش، نگرش به اشتراک دانش، باورهای هنجاری به اشتراک و باورهای کنترلی) توانایی پیش‌بینی گرایش به نوآوری سازمانی در این موسسه را دارند و همچنین تعیین سهم هر یک از متغیرهای پیش‌بین در پیش‌بینی گرایش به نوآوری سازمانی مذکور از رگرسیون گام‌به‌گام استفاده شد. بر اساس تحلیل رگرسیون به شیوه گام‌به‌گام در جدول ۳ می‌توان نتیجه گرفت که از بین مؤلفه‌های اشتراک دانش بعد رفتار اشتراکی، تمایل به اشتراک دانش و باورهای کنترلی به عنوان متغیرهای پیش‌بین، معیار ورود به معادله نهایی رگرسیون را برای توضیح تغییرات گرایش به نوآوری سازمانی (متغیر ملاک) دارند. مقدار ضریب همبستگی رفتار اشتراک دانش $0/307$ است. بدین معنا که رفتار اشتراک دانش توانسته است $0/094$ از واریانس نوآوری سازمانی را تبیین کند. در گام دوم با اضافه شدن تمایل به اشتراک دانش میزان ضریب همبستگی به $0/381$ افزایش یافته است یعنی این که این دو بعد روی هم $0/145$ از واریانس نوآوری سازمانی را تبیین می‌کند. در گام سوم با اضافه شدن باورهای کنترلی میزان ضریب همبستگی به $0/431$ افزایش یافته است؛ یعنی این که این سه بعد روی هم $0/186$ از واریانس نوآوری سازمانی را تبیین می‌کند. علاوه بر این برای تعیین سهم هر یک از ابعاد اشتراک دانش (رفتار اشتراکی، تمایل به اشتراک دانش و باورهای کنترلی) در پیش‌بینی نوآوری سازمانی بر اساس ضرایب رگرسیون (بتا) در گام سوم می‌توان عنوان کرد که سهم رفتار اشتراکی ($Beta=0/313$)، تمایل به اشتراک دانش ($Beta=0/229$) و باورهای کنترلی ($Beta=0/206$) است. بعد نگرش به اشتراک دانش و باورهای هنجاری به اشتراک به دلیل نداشتن سهم معنادار در پیش‌بینی گرایش به نوآوری سازمانی از معادله حذف گردید.

بحث و نتیجه‌گیری

در فضای رقابتی امروز، اشتراک‌گذاری دانش به توسعه مهارت‌ها و قابلیت‌های کارکنان و اساتید، همچنین کسب مزیت رقابتی در دانشگاه‌ها کمک شایانی می‌کند، از این رو، دانشگاه‌ها نیز همچون دیگر سازمان‌ها باید به فرآیند اشتراک‌گذاری، دانش کافی داشته

باشند. در واقع این فرایند نقش مهمی در تحقق نوآوری‌های سازمانی دارد. نتایج به دست آمده از رابطه بین متغیر رفتار اشتراک دانش با گرایش به نوآوری سازمانی نشان داد که بین این دو متغیر رابطه معنی داری وجود دارد. به عبارت دیگر رفتار اشتراک دانش منجر به افزایش گرایش به نوآوری سازمانی می‌شود. نتایج این بخش از پژوهش با پژوهش لی (۲۰۰۳) با توجه به نقش دانش در توسعه و بهبود تولید و خدمات، گاندی؛ احمدیان، شکاری و افشاری (۱۳۹۰) مبنی بر نقش اشتراک گذاشتن دانش در سازمان در افزایش نوآوری سازمانی؛ طالقانی، انواری و افتخاری (۱۳۹۱) مبنی بر یکپارچه‌سازی سرمایه‌های دانشی و نقش آن در نوآوری سازمانی؛ احمدیان و دیگران (۱۳۹۰) مبنی بر تأثیرگذاری سه مؤلفه سه تعهد به یادگیری، چشم‌انداز مشترک و اشتراک دانش در یادگیری و نوآوری سازمانی؛ آگبو (۲۰۰۴) با توجه به رابطه مثبت و معنی داری بین مدیریت دانش و سرمایه فکری با نوآوری سازمانی؛ دلگادو، مارتین و ناواس^۱ (۲۰۱۱) مبنی بر تأثیر دارایی دانش (سرمایه فکری) بر قابلیت نوآوری؛ بهلول (۱۳۹۴) همخوانی دارد.

بر اساس یافته‌های این پژوهش و یافته‌های پژوهش‌های انجام شده در این زمینه؛ اگر در یک سازمان مدیریت دانش و به دنبال آن رفتار اشتراک دانش مورد توجه قرار گیرد، زمینه برای گرایش به نوآوری سازمانی بیشتر می‌شود. لازمه موفقیت رفتار اشتراک دانش در گروه توجه به مدیریت دانش در سازمان‌ها از جمله دانشگاه‌ها است. زمانی که در دانشگاه اشتراک دانش مورد توجه قرار گیرد، نوآوری بیشتری در پی خواهد داشت. به دلیل این که در چنین سازمانی به دلیل استفاده از دانش و به اشتراک گذاری آن، یادگیری بیشتر خواهد بود و این به نوبه خود راهکارهای جدید و خلاقانه برای انجام امور و به طور کلی نوآوری سازمانی در پی خواهد داشت. به عبارت دیگر سازمان‌هایی که از سطح بالایی از اشتراک گذاری دانش برخوردار باشند، سازمان‌های یادگیرنده‌ای خواهند بود که همواره روش‌های جدیدی را برای انجام امور مورد آزمایش قرار می‌دهند، دانش و فناوری‌های جدید را به خدمت می‌گیرند که این به نوبه خود باعث افزایش نوآوری سازمانی می‌گردد. در این زمینه طبرسا، سروری

1. Delgado, Martí'n, & Navas

اشلیکی و قاضی حسینی (۱۳۹۲) معتقدند که امروزه کسب، حفظ و ارتقاء مزیت رقابتی پایدار دغدغه اصلی مدیران است در این راستا پایگاه دانش سازمان تنها مبنا و اساس کسب این مزیت محسوب می‌شود که پایداری آن منوط به نوآوری است. ظهور نوآوری نه تنها سازمان را قادر می‌سازد که مزیت رقابتی به دست آورد بلکه ابزار سودمندی را برای ارتقاء عملکرد سازمان‌ها ارائه می‌کند. هر سازمانی که خواهان رسیدن به یک رشد پایدار در کسب و کار خود باشد، می‌بایست اشتراک‌گذاری دانش را به یک فعالیت روزمره تبدیل کند.

همچنین نتیجه پژوهش نشان داد که از بین مؤلفه‌های ۵ گانه، نگرش به اشتراک دانش، باورهای کنترلی و رفتار اشتراک دانش با گرایش به نوآوری سازمانی رابطه معنی‌داری دارند. به عبارت دیگر می‌توان گفت که وجود هر کدام از ابعاد تمایل به اشتراک دانش، باورهای کنترلی و رفتار اشتراک دانش به ترتیب باعث کاهش و افزایش گرایش به نوآوری سازمانی می‌گردند؛ اما ابعاد دیگر اشتراک دانش (نگرش به اشتراک دانش، باورهای هنجاری به اشتراک) با گرایش به نوآوری سازمانی در این سازمان رابطه‌ای ندارند. در این زمینه ابراهیمی، محمدی فاتح و حاجی پور (۱۳۹۱) تمایل کارکنان به اشتراک دانش را متأثر از ابعاد سه‌گانه اعتماد سازمانی (اعتماد به قابلیت‌های سازمان، اعتماد به انسجام سازمان و اعتماد به خیرخواهی سازمان) می‌دانند؛ بنابراین دانشگاه تخصصی فناوری‌های نوین آمل باید تلاش خود را معطوف به بهبود اعتماد کارکنان خود کند. چراکه ارتقای سطح اعتماد موجود در سازمان، به مدیران کمک می‌کند که برای دستیابی به اهداف سازمان خود کارآمدتر باشند و در استفاده از دانش و تجربه تک‌تک کارکنان خود توانا شوند. در زمینه رفتار به اشتراک‌گذاری دانش، سلیمی، حیدری و کشاورزی (۱۳۹۲) معتقدند که رفتار به اشتراک‌گذاری دانش متأثر از تمایلات افراد به اشتراک‌گذاری دانش است و بر شخصیت، سیاست‌های سازمان و التزام کارکنان به‌عنوان پیش‌بینی‌کننده‌های رفتار تسهیم دانش در سازمان تأکید می‌کنند؛ بنابراین بین رفتار اشتراک‌گذاری دانش و تمایل به اشتراک دانش ارتباط وجود دارد و رفتار به اشتراک‌گذاری دانش متأثر از شخصیت، سیاست‌های سازمان و التزام کارکنان است؛ چون نگرش نسبت به اشتراک‌گذاری دانش را جزء عوامل مؤثر بر

رفتار اشتراک دانش می‌داند. یکی دیگر از مواردی که باید در اینجا اشاره کرد نگرش به تسهیم دانش بر رفتار تسهیم افراد تأثیرگذار است. وقتی افراد از مزایای تسهیم دانش مطلع می‌شوند، نگرش آن‌ها را نسبت به تسهیم دانش مثبت می‌کند و در نتیجه تمایل آن‌ها به تسهیم دانش بیشتر می‌شود (سلیمی و دیگران، ۱۳۹۲).

یافته‌ها نشان داد که از بین مؤلفه‌های اشتراک دانش، بعد رفتار اشتراکی، تمایل به اشتراک دانش و باورهای کنترلی به‌عنوان متغیرهای پیش‌بین، معیار ورود به معادله نهایی رگرسیون را برای توضیح تغییرات گرایش به نوآوری سازمانی (متغیر ملاک) دارند. نتایج این بخش از پژوهش با پژوهش سوپار (۲۰۰۶)، وانگ و وانگ (۲۰۱۲) همسو است؛ بنابراین باید توجه داشت که آموزش عالی و دانشگاه‌ها در معرض تغییرات قابل توجهی هستند. لذا این نهادها برای سازگاری با محیط متغیر بیرونی باید نوآور باشند؛ بنابراین شناسایی بسترهای نوآوری در این نهادها از اهمیت زیادی برخوردار است. در این راستا مطالعات متعددی در رشته‌های گوناگون در پاسخ به این پرسش که چه اقداماتی می‌تواند نوآوری را بهبود بخشد، صورت گرفته است. در این میان مدیریت دانش به‌عنوان روشی برای بهبود نوآوری شناخته شده است. در حقیقت دارایی‌های مبتنی بر دانش برای فعالیت‌های نوآورانه یک سازمان حیاتی است و توجه به دانش و اشتراک‌گذاری آن یک ضرورت است که می‌تواند منجر به یادگیری و فرایندهای نوآورانه شود. مطالعات انجام شده در این زمینه نشان می‌دهند که اشتراک دانش برای افزایش عملکرد نوآوری در سازمان ضروری است. در حال حاضر موضوع اشتراک دانش در محیط دانشگاهی و مدیریت این فرایند حیاتی دغدغه‌ای در حال ظهور است.

محدودیت و پیشنهادهای پژوهش

در این پژوهش نیز بالطبع محدودیت‌هایی وجود دارد که سعی شده است آن‌هایی که در اختیار پژوهشگران قرار داشته‌اند، مرتفع شوند. در هر پژوهشی که به کمک پرسشنامه انجام می‌شود، امکان به وجود آمدن درک نادرست و متفاوت از سؤال‌های پرسشنامه وجود دارد و این می‌تواند نتایج پژوهش را مخدوش سازد. محدودیت دیگر در مورد جامعه مورد مطالعه

است که شامل مدیران و کارکنان دانشگاه تخصصی فناوری نوین شهرستان آمل است؛ بنابراین تعمیم نتایج و یافته‌های این پژوهش به سایر دانشگاه‌ها، باید با احتیاط صورت گیرد. پیشنهاد می‌شود در آینده پژوهش‌هایی حول محور رابطه عوامل فوق با نوآوری صورت پذیرد تا زوایای آن‌ها روشن‌تر و آشکارتر گردد. وضعیت موجود اشتراک‌گذاری دانش و ارتباط آن با نوآوری سازمانی به منظور مقایسه و اطمینان از نتایج به دست آمده در این پژوهش در دانشگاه‌های دیگر انجام گیرد. این مقاله تقدیمی ناچیزی است به همه سیاست‌گذاران، متخصصین، صاحب‌نظران، مدیران، محققین و در یک کلام تمامی دوستانان تحقیقات آموزش عالی کشور.

منابع

- آراسته، حمیدرضا؛ لبانی مطلق، معصومه (۱۳۹۲). رهبری در فرهنگ تغییر. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی
- ابراهیمی، سید عباس؛ محمدی فاتح، اصغر و حاجی پور، ابراهیم. (۱۳۹۱). بررسی نقش اعتماد در تسهیم دانش شغلی دانشگاه تربیت مدرس. فصلنامه مدیریت نظامی. ۴۷(۱۲). ۱۶۲-۱۳۵
- احمدیان، علی‌اکبر؛ شکاری، حمیده و افشاری، محمدعلی (۱۳۹۰) بررسی رابطه رکود دانش، یادگیری سازمانی و نوآوری سازمانی در مراکز آموزش عالی یزد. مجله مدیریت فرهنگ سازمانی، ۹(۲). ۱۵۴-۱۳۱
- اللهی، صفورا؛ رستگار، عباس علی و شفیع نیک‌آبادی، محسن. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر قابلیت‌های فرایندی مدیریت دانش بر عملکرد نوآوری با اثر میانجی فرایند نوآوری در سازمان‌ها با فناوری پیشرفته. فصلنامه مدیریت توسعه فناوری. ۱(۴). ۱۲۹-۱۰۵
- بهلول، مجید، ۱۳۹۲، بررسی رفتار اشتراک دانش معلمان دوره راهنمایی شهر رشتخوار و عوامل مؤثر بر آن، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد.

بهلول؛ مجید، قلی زاده؛ حسین قلی زاده و کرمی، مرتضی (۱۳۹۴). نقش عوامل فردی، سازمانی و فنی در پیش‌بینی باورهای رفتاری، هنجاری و کنترلی معلمان نسبت به اشتراک دانش. فصلنامه تعلیم و تربیت. ۳۱(۳). ۱۵۰-۱۳۰

جباری، نگین و مدهوشی مهرداد (۱۳۹۳). شناسایی عوامل مؤثر بر رفتار به اشتراک‌گذاری دانش در میان اعضای هیئت‌علمی دانشگاه‌های گرگان. فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی. ۲۰(۳). ۶۵-۴۵

چوپانی، حیدر و دیگران (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین سرمایه فکری با نوآوری سازمانی (مطالعه موردی: شرکت سهامی بیمه توسعه). مجله ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی. ۲(۱). ۵۸-۲۷

حسین قلی زاده، رضوان و میرکمالی، سید محمد (۱۳۸۸). عوامل کلیدی مؤثر بر اشتراک دانش. نامه آموزش عالی ایران. شماره ۳. ۷۸-۶۱

سلیمی؛ قاسمی، حیدری؛ الهام و کشاورزی، فهیمه (۱۳۹۲). تبیین رابطه التزام دانشجویان و رفتار تسهیم دانش در دانشگاه: سهم متغیر نگرش به تسهیم دانش. فصلنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاهی. ۴۷(۴). ۳۷۴-۳۵۱

طالقانی، غلامرضا؛ انواری، علی؛ افتخاری، لیلا. (۱۳۹۱). رابطه بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی در یک شرکت بیمه. پژوهشنامه بیمه (صنعت بیمه). ۲۷(۱). ۱۷۱-۱۵۱
طبرسا، نسیم؛ زهرا سروری اشلیکی و سید مهرداد قاضی حسینی، (۱۳۹۲)، رابطه‌ی بین اشتراک‌گذاری دانش و عملکرد سازمانی: نقش واسطه‌ای نوآوری سازمانی، همایش ملی دانشگاه کارآفرین صنعت دانش محور، بابلسر، دانشگاه مازندران،

میرکمالی، سید محمد و چوپانی، حیدر. (۱۳۹۰). رابطه بین رهبری تحول‌آفرین با گرایش به نوآوری سازمانی در یک شرکت بیمه‌ای. پژوهش‌نامه بیمه. ۲۶(۳). ۱۸۱-۱۵۵

Delgado-Verde, M., Marti'n-de Castro, G., and Navas-Lo'pez, J. E. (2011). Organizational knowledge assets and innovation capability. *Journal of Intellectual Capital* 12(1): 5-19.

Egbu, O. C. (2004). Managing knowledge and intellectual capital for improved organizational innovations in the construction industry: an

- examination of critical success factors. *Journal of Engineering, Construction and Architectural Management* 11(5): 301–315
- Hejase et.al. (2014). Knowledge Sharing: Assessment of Factors Affecting Employee' otivation and Behavior in the Lebanese.
- Lee H, Choi B. (2003). Knowledge management enablers, processes and organizational performance: An integrative view and empirical examination. *Journal of Management Information Systems*. 20(1):179-228.
- Liao et.al (2008), *Relationships between knowledge inertia, organizational learning and organization innovation*; *Technovation* 28, pp: 183-195.
- Supar, "Factors affecting knowledge sharing among academic staff in selectetted Malaysian higher educational institutions and the effecton performance, Ph.D. thesis submitted to the University of Putra Malayis, School of Management, 2006.
- Wang, Z and Wang, N (2012) Knowledge sharing, innovation and firm performance. *Expert Systems with Applications*, vol. 39, no. 10, pp.8899-8908