

بررسی نقش واسطه ای مدیریت دانش در ارتباط بین عوامل تاثیرگذار بر عملکرد نوآورانه

دکتر محمد لگزیان

عضو هیئت علمی دانشکده علوم اداری و اقتصادی دانشگاه فردوسی مشهد
m-lagzian@um.ac.ir

علی اصغر صالحی مقدم

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات دانشگاه فردوسی مشهد
asalehi2007@yahoo.com

چکیده

امروزه مدیریت دانش به عاملی مهم در توسعه اقتصاد ملی در عصر اطلاعات تبدیل شده است. همچنین نوآوری به عنوان فرآیندی که بر اساس آن، علوم، فنون، مهارت‌ها و توانایی‌های علمی و فنی تحت مالکیت یا اختیار شرکت و یا کشور دارنده آن به شرکت یا کشوری که متقاضی چنین دانش‌ها یا مهارت‌هایی است انتقال می‌یابد، از طرفی امروزه اساس رقابت‌پذیری در اقتصاد جهانی، از منابع مادی به سمت دارایی‌های دانشی سوق داده شده است؛ به گونه‌ای که دانش به عنوان تنها منبع استراتژیک مزیت رقابتی شناخته می‌شود. از این رو، کسب و کارهایی که بتوانند دانش موجود در سازمان را به شکلی مناسب در فرایندها، محصولات و خدمات به کار ببندند، نسبت به رقبا برتری نسبی خواهند داشت. در این مطالعه مدل مفهومی نقش واسطه ای مدیریت دانش در ارتباط بین عوامل تاثیرگذار بر عملکرد نوآورانه مورد بررسی قرار داده شده است. بدین منظور در ابتدا تعاملات اجتماعی، سپس خوشه های صنعتی و سپس عملکرد نوآورانه با نقش واسطه ای مدیریت دانش تشریح شده و نهایتاً مدل مفهومی ارائه شده است.

واژگان کلیدی: عملکرد نوآورانه، مدیریت دانش، تعاملات اجتماعی، خوشه بندی صنعت

1. مقدمه

در بازارهای جهانی با تغییرات سریع امروزی، موفقیت سازمانها در گرو داده‌های نیروی کار سنتی، سرمایه و زمین نیست، بلکه منبع حیاتی و مهم، افکار نیروی انسانی یعنی دانش افراد است. مطالعه در زمینه مدیریت دانش از اوایل سال 1990 آغاز شد و با رشد فناوری اطلاعات و اقتصاد دانش، مدیریت دانش خیلی سریع و نیرومند رشد کرد امروزه دیگر سرمایه مادی تأثیر شگرفی بر پیشرفت سازمانها ندارد، بلکه این افکار و دانش انسانهاست که سازمان را در عرصه رقابت نگه می‌دارد (تیان، ناکامون و ویرزبیک، 2009). دانش و اطلاعات، مبنای بسیاری از خدمات و تولیدات جدید است، برای مثال تولید بازی‌های کامپیوتری، نرم افزارهای کامپیوتری و... نیازمند میزان قابل توجهی دانش و اطلاعات است؛ از این رو محصولاتی که قبلاً به طور سنتی تولید می‌شدند با استفاده از دانش به تولید انبوه و با کیفیت دست یافته اند (دری و محمودصالحی، 1390). پایه و اساس مدیریت دانش، کارکنان دانشی هستند که خلق، انتشار و استفاده از دانش را تسهیل می‌کنند؛ بنابراین تعاملات و کنش متقابل بین افراد می‌تواند عامل تسریع کننده و تعیین کننده اجرای مدیریت دانش عمل کند. با این حال، ایجاد و تدوین دانش لزوماً به بهبود عملکرد و یا ایجاد ارزش در سازمان منجر نمی‌شود (الوی و لیدنر، 2001). ارزش تنها زمانی ایجاد می‌شود که دانش در سراسر سازمان به اشتراک گذاشته شود و در جایی که مورد نیاز است استفاده شود؛ بنابراین، مزایای رقابتی شرکتها تنها وابسته به ایجاد و تدوین دانش نیست بلکه مهمتر از آن به انتشار و کاربرد دانش بستگی دارد. اگرچه اهمیت فاز انتشار و کاربرد دانش در سازمانها مشخص شده است، هنوز در حد تئوری باقی مانده است (چنگ چانگ و هانگ جینگ، 2007). چنچانگ و هانگ جینگ (2007) در مطالعه ای به بررسی تأثیر ساختار و جوسازمانی بر مدیریت دانش از طریق متغیر میانجی کنش اجتماعی با استفاده از روش تحقیق همبستگی پرداختند. نتایج نشان داد که جوسازمانی نوآورانه و مشارکتی تأثیر مثبت و معنی داری بر تعامل اجتماعی دارد. چنچانگ و هانگ جینگ (2010) به بررسی تأثیر ساختار و جوسازمانی بر مدیریت دانش و نوآوری سازمانی با دیدگاه تعاملات اجتماعی پرداختند. نتایج نشان داد که مدیریت دانش تأثیر مثبتی بر نوآوری دارد، در حالی که این اثرگذاری از طریق تأثیر مثبت جوسازمانی حمایتی و ساختار غیرمتمرکز، رسمیت نیافته و منسجم بر مدیریت دانش تعدیل می‌شود. هانگ جینگ و لی یانگ (2009) در مطالعه خود به بررسی نقش میانجی مدیریت دانش در رابطه تعامل اجتماعی و نوآوری پرداختند. نتایج نشان داد که تعامل اجتماعی تأثیر مثبتی بر مدیریت دانش دارد و مدیریت دانش نیز تأثیر مثبتی بر نوآوری دارد. همچنین نتایج حاکی از نقش میانجی مدیریت دانش در ارتباط بین تعامل اجتماعی و نوآوری است.

1.1. تعاملات اجتماعی¹

تعامل اجتماعی به حدی اشاره دارد که اعضای سازمان با یکدیگر از نظر اعتماد، ارتباط و هماهنگی در تعاملند. هوانگ و لی (2009) بر این باورند که تعامل اجتماعی (اعتماد متقابل، ارتباط مؤثر و هماهنگی)، ممکن است انگیزه و توانمندی اعضای سازمانی را برای نوآوری تضمین کند. آنها اعتماد را درک مثبت از عدالت و حقیقت بین مبادله (معامله) شرکا تعریف کرده اند. هماهنگی درجه‌ای است که کارکنان احساس

¹ Social interaction

می کنند محیط کار آنها به خوبی سازماندهی و یکپارچه شده است (چن و هوانگ، 2007). کاسکینن و همکاران (2003) در مطالعه خود بیان کردند که در زمینه ی کار تیمی و گروهی، اعضای تیم های مختلف که دارای تخصصها و پیش زمینه های مختلف هستند، تمایل دارند دانش حرفه ی خود را از همکاران قابل اعتماد و توانای خود جستجو کنند. بارتول و اسریواستاوا (2002) بیان کردند، درک و اعتماد متقابل در میان اعضا باعث می شود شرکتها ارائه ی اطلاعات و یکپارچه سازی تخصص های خود را مؤثرتر انجام دهند؛ بنابراین، روابطی که براساس اعتماد باشد، تمایل افراد برای تبادل و جذب دانش دیگران را افزایش میدهد و در نتیجه منجر به اشتراک گذاری بیشتر دانش می شود. ونهاپیت و گشال (1998) نشان دادند، درحالی که ممکن است بخش زیادی از دانش به صورت رسمی، نوشته یا ذخیره شود، بخش دیگری از دانش به صورت غیررسمی در مجموعه ی افکار افراد ذخیره می شود. آنها پیشنهاد کردند، دانش سازمانی از طریق ترکیب و ارتباط یادگیری فردی در بین همکاران ایجاد می شود. افزون بر این، هماهنگی درجه ای است که اعضای سازمان احساس می کنند سازمان آنها خوب سازماندهی و یکپارچه شده است (چن چانگ و هانگ جین، 2010).

1.2. خوشه صنعتی^۲

خوشه صنعتی یک شکل سازمانی جدید است که هدف آن ارتقاء توسعه منطقه ای می باشد. با تشکیل یک خوشه شرکت می تواند هزینه های سرمایه گذاری خود را کاهش و کسب و کار حرفه ای خود را تسهیل، دانش و روشی برای دسترسی به تامین کنندگان آن را در برداشته باشد. و پرورش نیروی کار حرفه ای و ایجاد اثرات خوب از تکنیک و دانش و هم چین در نهایت افزایش قدرت برای شرکت ر دربرداشته باشد (آمین و ثریفت، 1995؛ بل و همکارانف 2009؛ کاسانوا و همکاران، 2013، کانل و وولا، 2013، گرتلر، 2003، تالمن و همکاران، 2004). اغلب مطالعات موجود در خوشه های صنعتی، بحث در مورد روابط و اثرات بین سیستم های نوآوری یا فعالیتها است. و مدیریت دانش شرکت های خوشه ای اگرچه از نظر عملکرد نوآوری دانش از عوامل مهم در خوشه های صنعتی است، اثر خوشه های صنعتی در نوآوری آنچه که سطح فعلی آگاهی از مدیریت دانش در ارتباط با شرکت های خوشه ای اهمیت مدیریت دانش و نوآوری آنچه که سطح فعلی آگاهی از مدیریت دانش در ارتباط با شرکت های خوشه ای است بالا می باشد. با منابع خاص و روابط مشخص شرکت های خوشه ای اثرات آن بر مدیریت دانش شرکت های بزرگ قابل توجه بوده و آیا عملکرد آنها تحت تاثیر قرار خواهد داد (لونگ لای و همکاران، 2014).

1.3. مدیریت دانش^۳

سیر تحول مدیریت دانش را می توان به سه دوره تقسیم بندی کرد. دوره اول از سال 1990 تا 1995 که نسل اول مدیریت دانش نامیده می شود. از کارهای مقدماتی انجام شده در این دوره می توان تعریف مدیریت دانش، بررسی مزایای بالقوه مدیریت دانش برای کسب و کار و طراحی پروژه های خاصی در زمینه ی مدیریت دانش را نام برد (لوین و پومرول، 1989؛ کئین، 1992؛ سنگه، 1990). نفوذ پژوهش های هوش مصنوعی در مدیریت دانش به ویژه در زمینه ی ارائه و ذخیره دانش را می توان در نسل اول سیر تحول مدیریت دانش جای داد. به کارگیری عملی مدیریت دانش در سازمان ها از سال 1996 آغاز شد که شروعی برای نسل دوم مدیریت دانش از آن نام برده می شود. بسیاری از سازمان ها اجرای مدیریت دانش را در این دوره آغاز کردند، موضوعات مورد بحث در پژوهش های

² industry cluster

³ Knowledge management

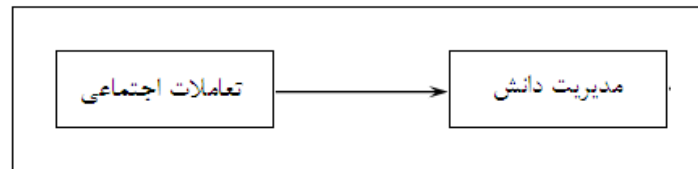
مدیریت دانش در این دوره بیشتر بر توسعه کسب و کار، توسعه سازمان، توسعه چارچوب ها، توسعه عملیات و فرایندها و پیشرفت تکنولوژیکی تمرکز داشتند. شروع نسل سوم مدیریت دانش به سال 2002 برمی گردد، جایی که تمرکز پژوهش ها بر تحلیل رابطه ی دانایی و اقدام با استفاده از مدل های ساختاری بود (به نقل از محمودصالحی و همکاران، 1391). مرکز بهره‌وری و کیفیت آمریکا (APQC)، مدیریت دانش را مجموعه ای از راهبردها و رویکردهای نوظهور برای خلق، حفظ و استفاده از داراییهای دانش (شامل افراد و اطلاعات) تعریف می کند که اجازه می دهد دانش در زمان مناسب از افراد به جریان بیفتد، به طوری که آنها بتوانند از این داراییها، برای خلق ارزش بیشتر مؤسسه و سازمان استفاده کنند. به طور کلی عوامل موفقیت مدیریت دانش را می توان در چهار طبقه رهبری، فرهنگ، ساختار و زیرساخت های فناوری اطلاعات دسته بندی کرد (کوئینگ و اسریکانتایا، 2007). گلوت و تریوسکی (2004) مدیریت دانش را به صورت رسمیت دسترسی به تجربه، دانش و تخصص که قابلیت ها و توانایی های جدیدی را ایجاد می کند، نوآوری را تشویق کرده و ارزش مشتری را افزایش می دهد تعریف می کنند. یزدانی و همکاران (1394) در مطالعه خود دو رویکرد را برای طبقه بندی مدیریت دانش شناسایی کرده است؛ رویکرد اول متمرکز بر فناوری اطلاعات (با پیش زمینه مهندسی و دانش اطلاعات) است. بر اساس رویکرد اول، کارشناسان این حوزه دانش را ابزاری تلقی می کنند که می تواند در سیستمهای اطلاعاتی شناسایی، دسته بندی، نگهداری و بازیابی شود و ابزارهایی چون هوش مصنوعی، الگوهای شبیه سازی و پایگاه داده ها و... می توانند به توسعه این رویکرد کمک کنند. اما رویکرد دوم متمرکز بر افراد (با پیش زمینه روانشناسی، توسعه نیروی انسانی و توسعه سازمانی) است. طبق رویکرد دوم کارشناسان این حوزه، دانش را شامل فرایندها، مجموعه پیچیده ای از مهارت های پویا، دانش فنی و... می دانند که به طور مستمر در حال تغییر است.

1.4. عملکرد نوآورانه

امروزه نوآوری در فضای تکنولوژیکی حاضر برای سازمان ها الزامی بوده و اکثر سازمان ها در جستجوی خلق ایده های جدید می باشند. در این راستا متخصصان سازمان در تلاش هستند تا از دانش برای عرضه تولیدات و یا خدمات جدیدی که مشتریان می خواهند، گام بردارند و زیرساختی ایجاد کنند که نوآوری همانند یادگیری فرایندی مستمر شود زیرا هدف مدیریت دانش و راز بقای سازمان های امروزی در نوآوری نهفته است (محمدزاده، 1380). عملکرد سازمانی دارای ابعاد مختلفی می باشد. دیدگاهی جامع به عملکرد سازمانی نه تنها رویکردهای مالی بلکه تمامی رویکردهایی که امکان ارزیابی خلق ارزش در سازمان را دارند، در بر می گیرد (لوپز و مرنو، 2011). بسیاری از محققان در مورد عملکرد سازمان فقط جنبه های مالی آن را در نظر می گیرند. در صورتی که نتایج غیر مالی مانند نتایج فرایندی، توسعه خدمات جدید، بهبود توانایی در جذب، آموزش و توسعه نیز از اهمیت زیادی برخوردارند (صفرزاده و دیگران، 1391). عملکرد نوآوری ترکیبی از موفقیت های کلی سازمان در نتیجه تلاش های صورت گرفته جهت نو کردن و بهبود دادن و به کارگیری جنبه های مختلف نوآوری در سازمان می باشد (گاندی و دیگران، 2011).

1.5. تعاملات اجتماعی و مدیریت دانش

چن و هوانگ (2007) در پژوهشی، اهمیت تعامل اجتماعی برای تقویت رفتار مدیریت دانش افراد را نشان دادند. آنها معتقدند رفتارهای هماهنگ، مرز بین واحدهای سازمانی را محو میکنند و سبب حمایت از به اشتراک گذاری و به کارگیری دانش درون سازمان می شود. هنگامی که اعضای سازمان در تبادل منابعی مانند اطلاعات، کمک و ارشاد همکاران و حل مسائل مشترک دخالت دارند، می توانند به جمع آوری دانش درباره مسائل مربوط به کار و راه حل های عملی بپردازد. به اشتراک گذاری و تبادل دانش، مستلزم فرایند اجتماعی پیچیده ای است و مطالعات متعددی به برجسته سازی اهمیت تعامل اجتماعی داخل سازمان پرداخته اند (ناهاپیت و گوشال، 1998؛ گوشال، 1998؛ تسای، 2002؛ هوگل، پاروتیاه و مونسون، 2003 و چن و هوانگ، 2007).

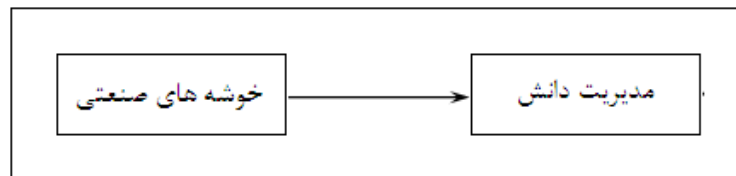


شکل 1: تعاملات اجتماعی و مدیریت دانش

همچنین با توجه به پژوهش های گذشته (برای مثال: مک گرث، 2001 و لنکستر، 2003)، ایجاد شبکه هایی از تعامل اجتماعی، سبب یکپارچه سازی به موقع دانش و خلق انواع دانش و خلق انواع دانش می شود (به نقل از یزدانی و همکاران 1394). محمودصالحی و همکاران (1391) در مطالعه ای که بر روی یک نمونه 148 تایی از شرکت های خودروسازی در کشور انجام دادند، نشان دادند که ساختار و جو سازمانی تأثیر مثبت و معناداری بر مدیریت دانش و کنش متقابل اجتماعی داشته، کنش متقابل اجتماعی، متغیر میانجی در تأثیرگذاری ساختار و جو سازمانی بر مدیریت دانش، عمل می کند

1.6. خوشه های صنعتی و مدیریت دانش

مدیریت دانش، تسهیل تبادل اطلاعات موثر و کاهش در هزینه ها را دارد. آفون و پورتر در تحقیقات خود نشان دادند که فعالیت های نوآورانه کلیدی برای بدست آوردن دانش جدید تجاری و ایجاد ارزش در شرکت است (برسپی و مالربا، 2001؛ پورتر، 1998). فعالیت های نوآورانه شرکت به این معنی است که کاربرا به کمک روش های ضمنی به ایجاد دانش جدید و مفاهیمی از محصولات جدید ر به وجود بیاورند. در نهایت افراد در فرایند نوآوری دانش را گسترش داده و به گروه ای مختلف و حتی سازمان های مختلف ارائه می کند (ماسکل، 2001).



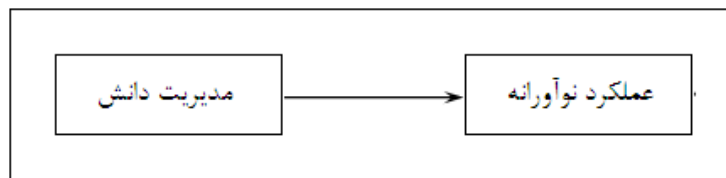
شکل 2: خوشه های صنعتی و مدیریت دانش

بنابراین دانش مدیریت یکی از اشکال اصلی کاش عدم قطعیت است که به اصلاح سیستم های فنی منجر می شود. تحقیقات نشان می دهد که افزایش دانش، بازده مدیریت را در نوآوری بالا می برد (آریکان، 2009). همانطور که برای توسعه محصول افزایش نوآوری به نوبه خود باعث تقاض برای دانش و توسعه دانش های گوناگون برای

یکپارچه سازی فعالیت هاست. بنابراین مدیریت دانش و فعالیت های نوآورانه با به اشتراک گذاری ارتباط دارد. (یانگ لای و همکاران، 2014).

1.7. مدیریت دانش و عملکرد نوآورانه

متخصصان مدیریت دانش بر این عقیده هستند که مکانیزم های نوآوری و فرایندهای مدیریت دانش قابل انطباق هستند (محمدزاده، 1380). محققان نقش محوری مدیریت دانش به خصوص در ایجاد یک محیط کاری داخلی که خلاقیت و نوآوری را حمایت می کند تاکید کرده اند. گلوت بیان می کند رابطه معنادار و مثبتی بین مدیریت دانش و عملکرد نوآوری در سازمان ها وجود دارد، لازم به ذکر است عملکرد نوآوری که در سازمان ها به نوآوریهای محصول و فرایند کمک می کند که به عنوان مزیت رقابتی شناخته شده است (به نقل از ایکسیو و لی، 2009). از طرفی دیگر ایبارا (1993) و ایکسیو و لی (2009) در مطالعه ای بیان کردند که بایستی برای پیاده سازی مدیریت دانش در سازمان به منظور ایجاد یک فرهنگ مشترک برای به حداکثر رساندن عملکرد نوآوری و همچنین برای ایجاد مزیت رقابتی موثر است تلاش کرد.

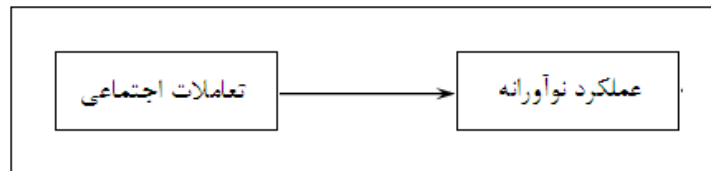


شکل 3: مدیریت دانش و عملکرد نوآورانه

داروچ و مکناتون (2002) به منظور بررسی ارتباط میان اقدامات مدیریت دانش و انواع نوآوری نشان دادند که اکتساب دانش و پاسخ دهی به دانش برای نوآوری نسبت به توزیع دانش بسیار با اهمیت تر می باشد. علامه و زارع (1389) نیز با هدف بررسی رابطه بین مدیریت دانش و نوآوری کارکنان در سازمان ها به این نتیجه دست یافتند که بین مدیریت دانش و نوآوری رابطه مستقیم و معنی داری وجود دارد و هر دو به طور مستقیم و غیرمستقیم بر عملکرد سازمانی تاثیر می گذارند.

1.8. تعاملات اجتماعی و عملکرد نوآورانه

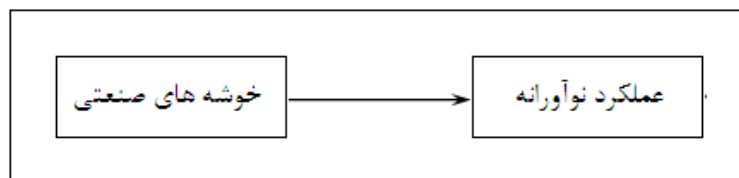
تعاملات اجتماعی منجر به صرف زمان و هزینه کمتر در جمع آوری اطلاعات مورد نیاز می شود. تعاملات اجتماعی یک مکانیسم مهم برای تبادل و ترکیب دانش جهت رسیدن به نوآوری در سطح مطلوب شناخته شده است؛ (ناهایت و گوشال، 1998؛ تسای و گوشال، 1998 ایبارا، 1993). محققان بسیاری (برای مثال ایبارا، 1993؛ تسای، 2001؛ اسپارو و همکاران، 2001؛ بل، 2005) بیان کردند که تعاملات اجتماعی موجبات دسترسی به منابع استراتژیک و درگیر شدن افراد در فعالیت های نوآورانه را فراهم می کند. ونهانگ و هایللی (2008) در مطالعه خود تحت عنوان نقش میانجی مدیریت دانش در ارتباط بین تعاملات اجتماعی و عملکرد نوآورانه نشان دادند که بین تعاملات اجتماعی و عملکرد نوآورانه ارتباط مثبت و معنی داری وجود دارد.



شکل 4: تعاملات اجتماعی و عملکرد نوآورانه

1.9. خوشه های صنعتی و عملکرد نوآورانه

از منظر پورتر (1390) خوشه های صنعتی، افزایش عمق و وسعت همکاری و رقابت و گردهم آوردن صنایع مختلف به شکل شبکه های ارتباطی باعث افزایش عملکرد عملیاتی شرکت ها می شود. محققان استدلال می کنند که همکاری هردو شرکت بالادستی و پایین دستی به طور موثر هزینه های مبدلات را پایین آورده و قراردادهای ثابتهای را توسعه می دهد (بل و همکاران، 2009). از نظر تئوری، تعامل مثبت یک عامل کلیدی برای شرکت های رقابتی است. خوشه های صنعتی می توانند عملکرد نوآورانه شرکت را تقویت کند. براساس مطالب فوق از طریق خوشه های صنعتی، شرکت ها می توانند به آسانی منابع را به دست آورند و در نتیجه هزینه را کاهش دهند. این رویکرد تقویت اثرات رابطه خوشه ای را در پی داشته که به نوبه خود شرکت ای بزرگ را تحت تاثیر عملکرد نوآورانه قرار می دهد. بنابراین خوشه های صنعتی تحت تاثیر عملکرد نوآورانه قرار دارد (یانگ لای و همکاران، 2014).



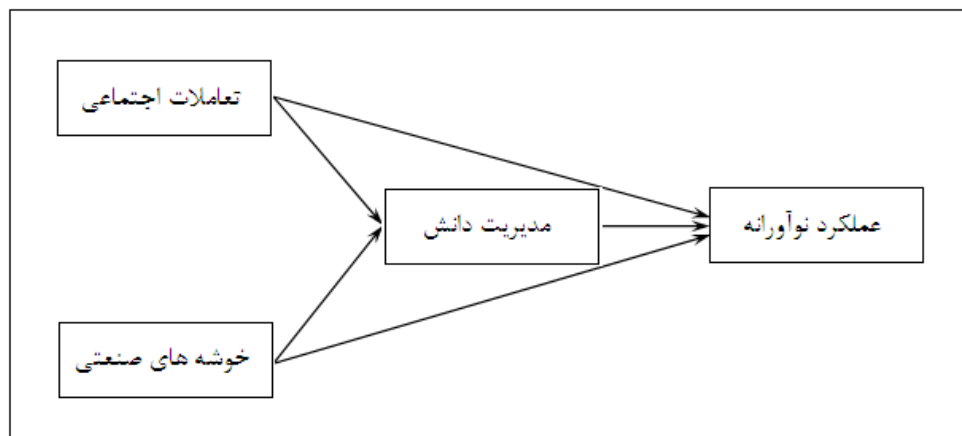
شکل 5: خوشه های صنعتی و عملکرد نوآورانه

تعداد زیادی از دولت ها از خوشه صنعت به عنوان ابزار سیاست توسعه اقتصادی منطقه ای برای جذب استعداد که در نتیجه آن افزایش دانش بوده است کارهای زیادی کرده اند. از طریق تشکیل خوشه شرکت میتواند هزینه های سرمایه گذاری خود را کاهش داده و دسترسی به تامین کنندگان مشترک و پرورش نیروی کار حرفه ای و ایجاد اثر از تکنیک ها و دانش است. خوشه صنعت یک سیاست مهم برای دولت ها است. هنگامی که در حال توسعه اقتصادی و منطقه ای هستند خوشه های صنعتی نه تنها در بالابردن روابط و سازماندهی مجدد منابع نقش دارند

بلکه جذب استعداد نیز می کنند. بنابراین شرکت ها می توانند یک نیروی کار حرفه ای را برای به دست آوردن دانش و تکنیک در راستای افزایش عملکرد نوآورانه پرورش دهند بنابراین می توان نتیجه گرفت که بین خوشه های صنعتی، دانش مدیریت و عملکرد نوآورانه رابطه وجود دارد (یانگ لای و همکاران، 2014).

بحث و نتیجه گیری

در بسیاری از تحقیقات (برای مثال: تالمن، 2004؛ لیسونی، 2001؛ مک اویلی و زهیر، 1999) اشاره شده است که ساختار شبکه متحد یک سازمان می تواند از طریق به اشتراک گذاری دانش تقویت شود. به گفته لئوناردوسوآپ (2000) خوشه های صنعتی به شدت رقابتی بوده و برخی از مهارت های مهم در مدیریت کسب و کار و یا تکنیک های کار با دانش بری خوشه های صنعتی جهت حمایت از فعالیت های صنعتی ضروری می باشد. پیدا کردن شبکه های دسترسی حیاتی به اطلاعات و کسب دانش مثبت و با بهره برداری از دانش در عملکرد نوآورانه است (رنکو و همکاران، 2001). در نهایت دانش است که در گسترش فرایند نوآورانه در بخش های مختلف سازمان به وجود می آورند. در یک اقتصاد دانش، تبادل اطلاعات و دانش است که توانایی شرکت را تقویت و خلق دانش و عملکرد نوآورانه را افزایش می دهد (آریکان، 2009؛ کاسانوئوا، 2013). عملکرد نوآوری در ادبیات موضوع به عنوان یکی از مهمترین پیشران های سایر جنبه های عملکردی سازمان با توجه به تلاش های مداوم که به منظور بهبود، تجدید، اکتشاف، یادگیری از اشتباهات، سازش با محیط رقابتی به سرعت متغیر صورت می گیرند، انگاشته شده است (گاندی و دیگران، 2011). با بررسی ادبیات موضوع استنباط می شود که عوامل متعددی بر عملکرد نوآورانه موثر هستند که در این مطالعه به برخی از آنها اشاره شد. لذا بر اساس پژوهش های پیشین و با توجه به مطالعه لانگ لای و همکاران (2014) که نقش واسط مدیریت دانش را در رابطه بین خوشه های صنعتی و عملکرد نوآورانه و ونهانگ و هایللی (2008) که به بررسی رابطه بین تعاملات اجتماعی و عملکرد نوآورانه به واسطه مدیریت دانش پرداخته اند و جمع بندی آن ها می توان مدل مفهومی تحقیق را ترسیم نمود. مدل مفهومی تحقیق بیانگر تاثیر مستقیم تعاملات اجتماعی و خوشه های صنعتی بر عملکرد نوآورانه و تاثیر غیر مستقیم آنها به واسطه مدیریت دانش می باشد.



شکل 6: مدل مفهومی تحقیق

منابع

1. دری، ب.، محمودصالحی، م. (1390). مدیریت تجربه، مبانی، رویکردها و روش های به کارگیری مدیریت تجربه، تهران، نشر سرآمد.
2. صفرزاده، ح.، تدین، ا.، حرمحمدی، م. (1391). بررسی تاثیر استراتژی های مدیریت دانش بر نوآوری و عملکرد سازمانی، فصلنامه علمی پژوهشی دانشکده بهداشت یزد، دوره یازدهم، شماره یکم، 76-86.
3. علامه، س.م.، زارع، س.م. (1389). بررسی رابطه بین مدیریت دانش، نوآوری و عملکرد سازمانی، سومین کنفرانس ملی خلاقیت شناسی.
4. محمودصالحی، م.، دری، م.، صفری، خ. (1391). بررسی نقش میانجی کنش متقابل اجتماعی در تاثیرگذاری ساختار و جو سازمانی بر مدیریت دانش (مطالعه موردی: صنایع خودروسازی در ایران)، مدیریت فناوری اطلاعات، دوره 4، شماره 11، 66-92.
5. یزدانی، ح.ر.، حمیدی زاده، ع.، کاملی، ع. (1394). بررسی تاثیر سبک رهبری و جو سازمانی بر مدیریت دانش با توجه به نقش میانجی ساختار سازمانی و تعامل اجتماعی (پیمایشی پیرامون بخش ستادی بانک ملت)، مدیریت فناوری اطلاعات، دوره 7، شماره 11، 199-216.
6. Alavi, M., Leidner, D. (2001). Knowledge management and knowledge management systems: Conceptual foundations and research, issues. *MIS Quarterly*, 25(1), 107-1036.
7. Amin, A., & Thrift, N. (1995). Institutional issues for the European regions: From markets and plans to socioeconomics and powers of association. *Economy and Society*, 24(1), 41-66.
8. Bartol K. M., Srivastava A. (2002). Encouraging knowledge sharing: The role of organizational reward systems. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 9(1): 64-76.
9. Bell, S. J., Tracey, P., Jan, B., & Heide, J. B. (2009). The organization of regional clusters. *Academy of Management Review*, 34(4), 623-642.
10. Casanueva, C., Castro, I., & Galán, J. L. (2013). Informational networks and innovation in mature industrial clusters. *Journal of Business Research*, 66, 603-613.
11. Chen Chung, Jen., Huang Jing, Wen. (2007). How organizational climate and structure affect knowledge management-The social interaction perspective. *International Journal of Information Management*, 27, 104-118.
12. Chen Chung-Jen, Huang Jing-Wen, Hsiao Yung-Chang. (2010). Knowledge management and innovativeness: The role of organizational climate and structure. *International Journal of Manpower*, 31(8): 848 - 870.
13. Chen, C. J. & Huang, J. W. (2007). How organizational climate and structure affect knowledge management- social interaction perspective. *international journal of information management*, 27 (2): 104-118.
14. Connell, J., & Voola, R. (2013). Knowledge integration and competitiveness: A longitudinal study of an industry cluster. *Journal of Knowledge Management*, 17(2), 208-225.
15. Darroch, J. & Mc Naughton, R., (2002). examining the link between knowledge management practices and types of innovation, *Journal of Intellectual Capital*, 3, 22-210.

16. Gertler, M. S. (2003). Tacit knowledge and the economic geography of context, or the undefinable tacitness of being (there). *Journal of Economic Geography*, 3(1), 75–99.
17. Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K., & Alpkan, L. (2011). Effects of innovation types on firm performance. *Int. J. Production Economics*, 133, 662-676.
18. Huang, J. W. & Li, Y. H. (2009). The mediating effect of knowledge management on social interaction and innovation performance. *international journal of manpower*. 30(3): 285-301.
19. Ibarra, H. (1993). Network Centrality, power, and Innovation Involvement: Determination of technical and Administrative Roles, *academy manage*, 36(3), 471-501.
20. Koenig Michael, E. & Srikantaiah, T. (2007). KM: lesson learned, American Society for Information Science and Technology. Second printing. USA: *information today inc*.
21. Koskinen K. U., Pihlanto P., Vanharanta H.(2003). Tacit knowledge acquisition and sharing in a project work context. *International Journal of Project Management*, 21(4): 281–290.
22. Lopez-Nicolas, C., & merno-Cerdan, A. (2011). Strategic knowledge management, innovation and performance. *International Journal of Information Management*, 31, 502–509.
23. Tallman, S., Jenkins, M., Henry, N., & Pinch, S. (2004). Knowledge, clusters and competitive advantage. *Academy of Management Review*, 29, 258–271.
24. Tian, J., Nakamon, Y. R. & Wierzbicky, A. (2009). Knowledge management and knowledge creation in academia: A study based on surveys in a japanes research university. *journal of knowledge management*, 13(2): 76-92.
25. Wen Hung, J., hui Li, Y. (2008). The mediating effect of knowledge management on social interaction and innovation performance, *International Journal of Manpower*, 30 (3), 285-301.
26. Xu, J., Li, Y.(2009). An empirical investigation of knowledge management and innovative performance: The case of alliances, *Research policy*, 38, 358-368.