

بررسی رابطه ظرفیت دانش داخلی و خارجی سازمان با هوشمندی استراتژیک

سعید لندران اصفهانی^۱، اصلان زارع^۲

۱- عضو هیئت علمی و استادیار گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی مبارکه، اصفهان، ایران

landaran_saeid@yahoo.com

۲- دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی مبارکه، اصفهان، ایران

zare.aslan15@gmail.com

چکیده

تحقیق حاضر با هدف بررسی ظرفیت دانش داخلی و خارجی سازمان با هوشمندی استراتژیک انجام شد. روش پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر گردآوری داده‌ها توصیفی از نوع همبستگی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر را مدیران و کارشناسان ۳۰ سازمان، به تعداد ۳۰۰ نفر تشکیل داده‌اند که حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان ۲۶۹ نفر برآورد شد؛ و نمونه‌گیری به روش تصادفی طبقه‌ای انجام گردید. ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته بود که روایی آن با استفاده از میانه و نظریات علمی و نظر استاد راهنما به صورت محتوایی تعیین شد و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ به ترتیب برای هوشمندی استراتژیک ۰.۸۴ برای ظرفیت‌های دانش داخلی و خارجی ۰.۷۷ و در مجموع ۰.۸۹ برآورد شد. برای تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS ورژن ۲۲ استفاده گردید. نتایج پژوهش بیانگر آن است که رابطه معناداری بین متغیرهای پژوهش وجود دارد؛ و سازمان‌هایی که ظرفیت‌های دانش بالاتری دارند از هوش استراتژیک بالاتری نیز برخوردارند.

واژگان کلیدی: هوشمندی استراتژیک، هوش رقابتی، مدیریت دانش، هوش تجاری، ظرفیت‌های دانش داخلی و خارجی

۱- مقدمه

امروزه دانش به عنوان یک عامل رقابتی کلیدی در مدیریت در سطح جهان مطرح است که بدون توجه به این مقوله، سازمان‌ها قادر به ادامه بقا در شرایط سخت رقابتی نخواهند بود (نکودری و یعقوبی، ۱۳۹۰، ص ۹۶). تغییرات مستمر در محیط کسب و کار در سال‌های اخیر، سازمان‌ها را ملزم به نظارت بر محیط درون و بیرون خود و تجزیه و تحلیل اطلاعات حاصل از این تغییرات نموده است (حسینی و همکاران، ۱۳۹۱، ص ۲۱). استفاده از اطلاعات برای تصمیمات سریع و به موقع از سوی مدیران، عامل مهمی برای بقای سازمان‌ها محسوب می‌شود. استفاده از انواع هوشمندی بخصوص هوشمندی استراتژیک می‌تواند عامل مهمی برای رسیدن به این مطلوب باشد (ملکی، ۱۳۹۳، ص ۲). سازمان‌ها به دلیل استفاده کم و ناقص از ظرفیت‌های دانش داخلی و خارجی، قادر نیستند با تحولات سازگار شده و از مزایای هوشمندی در سازمان خود بهره‌مند گردند. آنچه در دنیای امروز سازمان‌ها را با دنیای چند دهه قبل آنها متمایز می‌کند، محیط ناپایدار، رقابت جهانی و توسعه روزافزون ارتباطات و مبادلات سریع اطلاعات است (حکاک و شریعت نژاد، ۱۳۹۳، ص ۱۰۷). در گذر از عصر صنعتی به عصر دانش، لزوم و چگونگی ایجاد جوامع و سازمان‌های بر پایه دانش و نیز نحوه مدیریت و استفاده از منابع استراتژیک و ارزشمند، هوشمندی^۱ و دانش را در دستور کار دانشمندان مدیریت و سازمان قرار داده است (گابریل، ۲۰۰۷، ص ۱۹۹). در حال حاضر بسیاری از سازمان‌ها با انبوهی از اطلاعات مواجه هستند که بسیاری از این اطلاعات برای آنکه به اطلاعات مفید و موثر تبدیل شود نیاز به پردازش دارند. بکارگیری سیستم‌های مدیریت دانش^۲، هوش تجاری^۳ و هوش رقابتی^۴ هر کدام به نحوی به پردازش اطلاعات مورد نیاز سازمان کمک می‌کنند. اما بهره‌گیری از هم‌افزایی میان سه سیستم، منجر به خلق استراتژی‌های اثربخش و تصمیمات مناسب می‌گردد (فروغی، ۱۳۹۵، ص ۱۶۳). این سه مولفه در مباحث استراتژیک امروزی بعنوان هوش استراتژیک^۵ مطرح است. هوشمندی استراتژیک یکی از تکنیک‌های مهم در زمینه کسب و دریافت اطلاعات از محیط‌های درونی و بیرونی و تجزیه و تحلیل آن‌ها در راستای بهبود سرمایه‌های سازمانی است (جوهانسون، ۲۰۱۰). ظرفیت‌ها اغلب منابع نامشهودی هستند که مربوط به دانش خود سازمان بوده و در طول زمان بدست می‌آیند و به عنوان یک مانع داخلی برای شکست کسب‌وکار عمل می‌کنند (گروال و تنسوهاج، ۲۰۰۱، ص ۶۸)^۶. به نظر می‌رسد استفاده از ظرفیت‌های موجود دانش در سازمان مناسب‌ترین راه برای حصول به نتیجه مطلوب سازمانی است (ماسا و تستا، ۲۰۰۹، ص ۱۳۰)^۷. هوشمندی استراتژیک به طور گسترده با هوشمندی سازمانی، استراتژی‌های سازمان، منابع استراتژیک سازمان و مدیریت استراتژیک ارتباط دارد (ریچارد و راسل^۸، ۲۰۰۷، ص ۲۳۷). برای تصمیم‌گیری صحیح در زمینه سرمایه‌های انسانی، ساختاری و ارتباطی در سازمان، باید عوامل مؤثر بر آن‌ها را شناسایی کرد تا بدین

¹ Intelligence² gabber³ knowledge management⁴ Business Intelligence⁵ Competitive intelligence⁶ Strategic intelligence⁷ Grewal & Tansuhaj⁸ Massa&Testa⁹ Richard & Russell

وسيله، امکان به کارگیری صحیح دارایی‌های دانش را با توجه به اهداف و شرایط محیطی فراهم کرد. بدیهی است لازمه انجام دادن این کار طراحی و به کارگیری شاخص‌ها و ابزارهای هوشمندانه مناسب با هدف توسعه ظرفیت‌های دانشی نظیر هوشمندی استراتژیک است (داود و یوسف، ۲۰۱۱، ص ۲۶۰۸).

نظر به اهمیت دانش سازمانی و ظرفیت‌های آن و هوش استراتژیک برای بقا و موفقیت سازمان‌ها و با توجه به اینکه بررسی پایگاه‌های تحقیقاتی و علمی در دسترس بیانگر این مسئله بودند که پژوهش‌های پیشین صورت گرفته در مورد هوشمندی استراتژیک بیشتر بر روی فرآیند هوشمندی استراتژیک گردآوری، تجزیه و تحلیل و توزیع اطلاعات هوشمندی استراتژیک و تعریف مؤلفه‌ها متمرکز بوده و به ارتباط مؤلفه‌های تشکیل دهنده این هوشمندی با مقوله دانش سازمانی پرداخته نشده است؛ پرداختن به پژوهش حاضر ضروری به نظر می‌رسد.

۲- مبانی نظری

۲-۱- ظرفیت‌های دانش سازمانی^{۱۰}

ظرفیت دانش یک فرآیند نظام‌مند درک، پذیرش و قابلیت اجرایی یک سازمان، برای استفاده بهتر از دانش برای دستیابی به مزیت رقابتی پایدار و کارایی بالا بوده و فرصت خوبی را برای دستیابی به رشد قابل توجه عملکرد انسان و افزایش قابلیت رقابت سازمان فراهم می‌کند. ظرفیت دانش چند رشته‌ای بوده و مفاهیم مورد استفاده در مدیریت استراتژیک، نظریه سازمان و مدیریت سیستم‌های اطلاعاتی را ادغام کرده و همچنین بر یک رویکرد رسمی و یکپارچه برای مدیریت دارایی‌های اطلاعات نامشهود سازمان تاکید دارد (البرز و ترنیداد^{۱۱}، ۲۰۱۲، ص ۳۶). ظرفیت دانش هم شامل منابع دانش وهم توانایی‌های اجرایی دانش است که می‌تواند ظرفیت دانش را به طور کامل‌تر منعکس کند (نینگ و همکاران، ۲۰۰۶، ص ۳۳۰). سازمان‌ها ظرفیت‌های داخلی متعددی دارند که توانایی‌های سازمانی تا منابع نوآوری را شامل می‌شوند. این منابع اساساً با دانش در ارتباط بوده و شامل سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه و کارکنان ماهر، سرمایه سازمانی و ظرفیت شبکه هستند. منابع دانش خارجی نیز شامل این موارد است: همکاری عمودی ((تامین‌کنندگان و مصرف‌کنندگان))، همکاری افقی ((موسسات پژوهشی و تجاری و شرکت‌های مشاوره، آزمایشگاه‌های خصوصی و مشاوران، دانشگاه‌ها و موسسات آموزشی، موسسات تحقیقاتی عمومی و غیر-انتفاعی)) و همکاری رقبا (مارتینز و همکاران، ۲۰۱۸، ص ۹۲).

ظرفیت دانش داخلی^{۱۲} اساساً با دانش در ارتباط بوده و شامل سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه و کارکنان ماهر و همین‌طور سرمایه سازمانی و ظرفیت شبکه هستند. ظرفیت دانش داخلی در این پژوهش با استفاده از شاخص‌ها و مؤلفه‌های شدت تحقیق و توسعه و سرمایه انسانی سنجیده شده است. شدت تحقیق و توسعه، نسبت هزینه‌های سازمان در تحقیق و توسعه به میزان فروش است (مارتینز و همکاران، ۲۰۱۸، ص ۹۳). سرمایه انسانی یک زیر مجموعه از ظرفیت بوده که از ظهور دانش، مهارت‌ها، توانایی‌ها و سایر ویژگی‌های افراد ایجاد شده و به عنوان یک زیرشاخه از ظرفیت که از دانش افراد مهارت‌ها، توانایی‌ها و ویژگی‌های دیگر ایجاد شده است، نیز تعریف می‌شود (مارتینز و همکاران، ۲۰۱۸، ص ۹۳). به دلیل اینکه سرمایه انسانی منبع خلاقیت در سازمان است، مهم‌ترین نوع دارایی‌های

¹⁰ Organizational Knowledge Capabilities

¹¹ Albers & Trinidad

¹² Martinez and et al

¹³ Internal Capabilities Of Knowledge

دانشی یا فکری در سازمان محسوب می شود (روس، ۱۹۹۷، ص ۳) این متغیر عبارت از درصد کارکنان ارشد ماهر در تحقیق و توسعه است (سانچز و همکاران، ۲۰۱۸، ص ۹۳). ظرفیت دانش خارجی^{۱۴} با توانمندسازی شرکت‌ها در دسترسی به پایگاه‌های جدید و مرتبط و شایستگی‌ها، احتمالاً ریسک شکست شرکت‌ها را کاهش می‌دهد. ظرفیت دانش خارجی با مؤلفه‌هایی مانند همکاری عمودی ((تامین کنندگان و مصرف کنندگان))، همکاری افقی ((مؤسسات پژوهشی و تجاری و شرکت‌های مشاوره، آزمایشگاه‌های خصوصی و مشاوران، دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی، مؤسسات تحقیقاتی عمومی و غیرانتفاعی)) و همکاری رقبا شناخته می‌شوند (مارتینز و همکاران، ۲۰۱۸، ص ۹۳). همکاری عمودی با تامین کنندگان و مشتریان، شرکت‌ها را برای مهارت‌های مختلف، اشتراک منابع تکمیلی، به‌روز-رسانی و اصلاح برنامه‌های یادگیری و دسترسی به اطلاعات بازار توانمند می‌سازد (والش و ناگا اوکا، ۲۰۱۶، ۱۶۶۲). همکاری با تامین کنندگان برای بهبود بهره‌وری و تکمیل پایگاه سازمان موثر بوده و همچنین محققین مزایای همکاری با مصرف کنندگان را در فعالیت‌های ایجاد ارزش نشان داده‌اند. همچنین همکاری با مشتریان راغب (لید) به عنوان منبع مهم نوآوری برای سازمان‌ها، به ویژه در بازارهای سریع و پر تحرک توصیف شده‌اند (مارتینز و همکاران، ۲۰۱۸، ص ۹۵). دانشگاه‌ها، همراه با واسطه‌های نوآوری و مشاوران، آژانس‌های دولتی و بنگاه‌های صنایع دیگر به عنوان شرکای افقی به حساب می‌آیند (استفان و بنجستون، ۲۰۱۷، ص ۵۵۴). همکاری با دانشگاه‌ها و مؤسسات تحقیقاتی می‌تواند دسترسی به تکنولوژی‌های متنوع و پیشرفته را فراهم کند. همچنین همکاری با واسطه‌های نوآوری انگیزه دستیابی به اهداف جدید را افزایش داده و زمان رسیدن به توسعه را کاهش می‌دهد (مارتینز و همکاران، ۲۰۱۸، ص ۹۴). سازمان‌ها نقش مهمی در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها برعهده دارند. با این وجود، بسیاری از شرکت‌ها از لحاظ امکانات مالی، منابع فیزیکی و مدیریتی کمبودهای مهمی دارند. یکی از راه‌های رفع این کمبودها روی آوردن این شرکت‌ها به اتحادهای استراتژیک (همکاری رقبا) با شرکت‌های دیگر است. همکاری رقبا را می‌توان همکاری بین دو یا چند شرکت با اهداف مشخص و معین برای ارتقای موقعیت تجاری در بازار، به وسیله منابع مشترک تعریف کرد. همکاری نزدیک و تعهد مداوم باعث تحکیم اتحادهای رقبا و ایجاد وضعیت برد-برد برای شرکای اتحاد می‌شود (کریمی فرد، ۱۳۸۸، ص ۱۷). همکاری با رقبا به شرکت‌ها کمک می‌کند تا سریع در بازار نفوذ کنند (ونبیرز و زند، ۲۰۱۴، ص ۲۹۳)^{۱۵} و به توانایی‌های تکنولوژی که می‌تواند دشوار، وقت‌گیر و هزینه‌ای برای توسعه باشد دسترسی پیدا کنند (مارتینز و همکاران، ۲۰۱۸، ص ۹۴). تجربه نشان داده است که برای موفقیت در بازارهای جهانی، شنیدن موثر صدای بازار و هماهنگی درون زنجیره تولید کفایت نمی‌کند. در برخی موارد لازم است تا برای کسب کارایی جمعی، تولیدکننده با رقبای خود وارد همکاری شود.

۲-۲- هوشمندی استراتژیک

هوش استراتژیک اغلب با مفاهیمی همچون داده، اطلاعات، هوش و دانش در تعامل است و در حوزه تصمیمات استراتژیک نقش کلیدی ایفا می‌کند (حق‌شناس گرگابی و خسروی، ۱۳۹۵، ص ۱). هوشمندی استراتژیک شامل جمع‌آوری، پردازش و تجزیه و تحلیل داده‌های محیطی و انتشار این اطلاعات که در ارتباط استراتژیک با داخل و

¹⁴ External Capabilities Of Knowledge

¹⁵ Walsh & Nagaoka

¹⁶ Stefan & Bengtsson

¹⁷ Van Beers & Zand,

خارج از سازمانند، تعریف شده است (کواسا، ۲۰۱۱، ص ۴۶۰). در تعریفی دیگر، هوشمندی استراتژیک با غنی سازی هوش درونی و بیرونی از مدیریت دانش، هوش تجاری و هوش رقابتی برای کمک به افزایش مأموریت استراتژیک و و دیدگاه سازمان ایجاد می شود. یک سازمان در تلاش برای جلب رضایت کارکنان خود و روحیه آنها به شیوه‌های متفاوت است. برآورد کارمندان از طریق راهکار هوش تجاری با استفاده از یک انبار داده هدایت و تحلیل می‌شود. اصول مدیریت دانش برای نشان دادن ساختار تشخیص و امتیازدهی و نیاز آن به اجرا و تشویق پرورش فرهنگ اشتراک دانش اجرا می شود. از هوش رقابتی استفاده می‌شود تا مشخص شود چگونه بخش‌های مورد مطالعه در سازمان به اندازه سازمان‌های دیگر در صنعت، رضایت کارکنان و انگیزه را بهبود بخشیده‌اند (اشتر و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۶). هوشمندی استراتژیک در این پژوهش شامل سه بعد مدیریت دانش، هوش تجاری و هوش رقابتی می‌شود (دانپورت و پروساک، ۱۹۹۸). مدیریت دانش^{۱۸} فرآیندی است که سازمان‌ها را در یافتن، گزینش، سازماندهی، انتشار و انتقال اطلاعات برای فعالیتهایی همچون حل مشکل، یادگیری پویا، برنامه ریزی استراتژیک و تصمیم گیری یاری می دهد (نکودری و یعقوبی، ۱۳۹۰، ص ۹۶). مدیریت دانش در برگرفته فرایند ترکیب بهینه دانش و اطلاعات در سازمان و ایجاد محیطی مناسب برای تولید، تسهیم و به کارگیری دانش و تربیت نیروهای انسانی خالق و نوآور است (صفاجو و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۲۲). هوش تجاری^{۱۹} یک فلسفه مدیریتی و ابزاری برای کمک به سازمان‌ها برای مدیریت و تصفیه اطلاعات کسب و کار با هدف اتخاذ تصمیم کارا در محیط کسب و کار است (روحانی و زارع، ۱۳۹۱، ص ۹۰۲). اصطلاح هوش تجاری می‌تواند برای دو مفهوم زیر به کار رود: ۱- اطلاعات و دانش مرتبط سازمان که محیط کسب و کار، سازمان، شرایط بازار، مشتری، رقیب و ذینفعان و ملاحظات اینچنینی را توصیف می‌نماید. ۲- فرایندهای سیستماتیکی که به وسیله سازمان در جهت اکتساب، تحلیل و توزیع اطلاعات برای تصمیم‌گیری در مورد کسب و کار به کار گرفته می‌شود (شکاری و شهریاری، ۱۳۹۵، ص ۵۱). هوشمندی رقابتی^{۲۰} به معنای نظارت هدفمند و هماهنگ بر رقبای خود و شناسایی آنها در چارچوب یک بازار مشخص است و در واقع فرایند بکارگیری شیوه های قانونی و اخلاقی برای کشف، تهیه و تحویل به موقع اطلاعات مورد نیاز به تصمیم‌گیرندگانی است که می‌خواهند توان رقابتی کسب و کار خود را افزایش دهند (مشبکی و همکاران، ۱۳۹۰، ص ۸۴). همچنین هوشمندی رقابتی به قابلیت رمزگشایی و از میان برداشتن شکاف های شایستگی و ارزشی بین یک شرکت و رقبایش اشاره دارد (توان، ۲۰۱۵، ص ۲۱۴)^{۲۱} و به عنوان یک فرآیند یا برنامه اخلاقی و نظام‌مند در نظر گرفته شده است که وظیفه جمع‌آوری، تجزیه و تحلیل و مدیریت اطلاعات محیط بیرونی را بر عهده دارد (کالوف، ۲۰۱۷، ص ۳۲)^{۲۲}.

۲-۳- مدل مفهومی پژوهش

مدل مفهومی این پژوهش با مطالعه کتاب‌ها مقالات و پژوهش‌های پیشین و به صورت ترکیبی از دو مدل ارائه شده است. برای تدوین بخش هوشمندی استراتژیک از مدل (کروگر، ۲۰۱۱) و برای بخش ظرفیت‌های دانش سازمان از مدل (سانچز، ۲۰۱۸) استفاده شده که در شکل شماره ۱ نشان داده شده است.

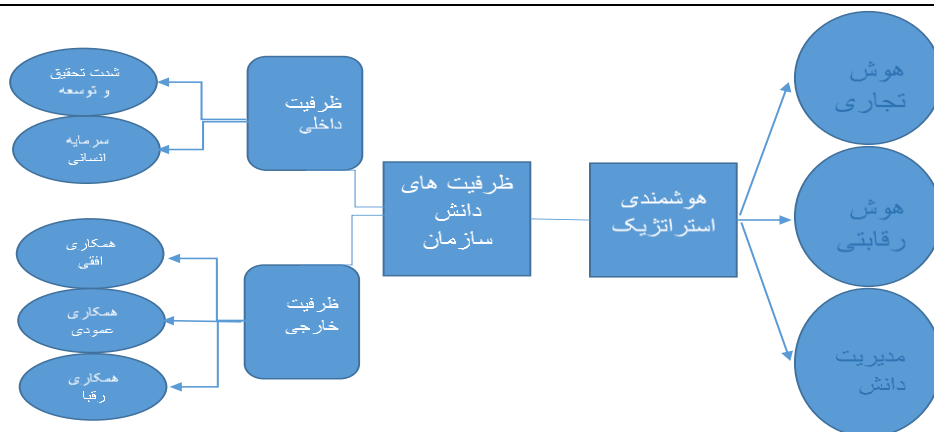
¹⁸ knowledge management

¹⁹ Business Intelligence

²⁰ Competitive Intelligence

²¹ Ross et al

²² Calof



شکل شماره ۱، مدل مفهومی پژوهش

۲-۴- پیشنهاد پژوهش

در ادامه، خلاصه ای از پژوهش‌های پیشین در جدول شماره ۱ آورده شده است.

جدول شماره ۱: خلاصه‌ای از تحقیقات انجام شده داخل و خارج از کشور

شماره	محقق و سال	عنوان تحقیق	نتایج کلیدی
۱	مارتینز و همکاران (۲۰۱۸)	چه چیزی باعث شکست کسب و کار می شود؟ بررسی نقش ظرفیت‌های دانش داخلی و خارجی در طی بحران مالی جهان.	سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه باعث بهبود ظرفیت‌های یادگیری سازمان شده و سازمان‌ها را برای توسعه ظرفیت‌ها سازمانی توانمند می‌سازد.
۲	سانچز و همکاران (۲۰۱۸)	آیا بحران مالی جهان بر روی عملکرد سازمان تاثیرگذار است؟ نقش ظرفیت‌های دانش داخلی و خارجی بر تکنولوژی صنایع.	حفظ ظرفیت‌های دانش داخلی و خارجی سازمان‌ها را برای کاهش اثرات بحران مالی توانمند می‌سازد.
۳	فلور و همکاران (۲۰۱۷)	جستجوی دانش خارجی، ظرفیت جذب و نوآوری رادیکال در شرکت‌ها با نوآوری بالا.	فرآیندهای داخلی برای جذب دانش خارجی به نوآوری کمک می‌کند.
۴	مکی و هس (۲۰۱۵)	روابط عمومی به عنوان یک هوش استراتژیک برای قرن ۲۱: زمینه‌ها اختلافات و چالش‌ها.	هوش استراتژیک برای مدیریت کاهش ناامنی لازم است.

۵	ارکوس (۲۰۱۵)	بررسی روابط عمومی هوش استراتژیک: تجزیه تحلیل اطلاعات، ارتباطات و نفوذ.	هوش استراتژیک برای پاسخ سازمانی متفکرانه به شرایط در حال تغییر و همچنین حل مشکلات محیطی یا ذینفعان ضروری است.
۶	فندکلی و همکاران (۲۰۱۵)	عملکرد نوآوری سازمانی و ظرفیت مدیریت دانش با نقش مرکزی فعالیت منابع انسانی استراتژیک.	بکارگیری اصول استراتژیک منابع انسانی تاثیر معناداری بر عملکرد نوآوری سازمانی و ظرفیت مدیریت دانش دارد.
۷	کواسا (۲۰۱۱)	رویکردهای مختلف مدیریت الگو و هوش استراتژیک.	تاکید بر اهمیت انتخاب اشکال مناسب استدلال برای مشکلات خاص در فرایند هوش استراتژیک.
۸	کروگر (۲۰۱۰)	مطالعه هوش استراتژیک به عنوان ازار مدیریت استراتژیک در صنعت بیمه- های بلند مدیریت آفریقای جنوبی.	هوش استراتژیک به عنوان جزء مهمی از تصمیم گیری استراتژیک بوده و می تواند اطلاعات بسیار خوبی را برای مدیریت فراهم نموده تا منجر به ایجاد مزیت رقابتی و نوآوری برای آنها شود.
۹	نینگ و همکاران (۲۰۰۶)	ظرفیت دانش: یک مدل تعریف و تحقیق.	ظرفیت های دانش هم شامل دارایی های دانش و هم ظرفیت های عملی دانش است. ظرفیت دانش پویا بوده و این به این معناست که همراه با تغییرات محیطی سازگاری پیدا می کند.
۱۰	کالوقیرو و همکارانش (۲۰۰۴)	ظرفیت های داخلی و منابع دانش خارجی: مکمل یا جایگزین برای عملکرد نوآورانه است؟	ظرفیت های داخلی تحقیق و توسعه (شدت تحقیق و توسعه و پرسنل مجرب) در افزایش عملکرد نوآورانه اهمیت زیادی دارند.
۱۱	پدرسن و همکاران (۲۰۰۳)	اهمیت منابع دانش داخلی و خارجی در عملکرد سازمان.	استخراج دانش و ظرفیت جذب موضوعی پیچیده بوده و به تکنیک های تجربی پیچیده نیاز دارد تا حتی درک ساده ای از آنچه در حال وقوع است، داشته باشد.
۱۲	دنیایی (۱۳۹۸)	ارتقاء ظرفیت سازمانی؛ بررسی نقش مدیریت دانش	نتایج پژوهش نشانگر آن است که مدیریت دانش بر ارتقاء سازمانی تاثیر گذار است.

۱۳	فرید فتحی و همکاران (۱۳۹۷)	نقش میانجی محیط حقوقی در تأثیر هوش استراتژیک بر ظرفیت تغییر سازمانی در سازمان‌های ورزشی.	هوش استراتژیک بر ظرفیت تغییر سازمانی در سازمان‌های ورزشی تأثیر معنی‌داری دارد و توجه به هوش استراتژیک مدیران و آماده سازی محیط حقوقی مناسب ظرفیت تغییر سازمانی را افزایش خواهد داد.
۱۴	قوامی و نجفی (۱۳۹۶)	تأثیر ظرفیت‌های گوناگون انباشتگی دانش و اندازه سازمان بر عملکرد نوآوری تدریجی و رادیکال.	نتایج پژوهش حاکی از آن بود که اندازه سازمانی ظرفیت تولید دانش درونی را افزایش می‌دهد اما تأثیری بر روی جذب دانش خارجی جدید ندارد.
۱۵	طلایی راد و طاهری (۱۳۹۶)	شناسایی ابعاد و مولفه‌های ظرفیت‌های دانش سازمانی در سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای شامل آموزش فنی و حرفه‌ای بر اساس رویکرد برخاسته از داده‌ها.	نتایج نشان داد که ظرفیت‌های دانش در سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای شامل مدیریت دانش‌آفرینی، ظرفیت‌های فناوریانه سازمانی، ظرفیت‌های اجتماعی و ظرفیت‌های فکری سازمانی است.
۱۶	وحدتی و همکاران (۱۳۹۶)	بررسی تأثیر هوشمندی استراتژیک بر سرمایه‌های انسانی، ساختاری و ارتباطی در صنعت بیمه.	نتایج پژوهش نشان‌دهنده تأثیر مثبت و معنادار هوشمندی استراتژیک بر سرمایه‌های انسانی، ساختاری و ارتباطی است.
۱۷	هرندی (۱۳۹۶)	بررسی تأثیر هوشمندی استراتژیک بر استراتژی‌سازی مبتنی بر بداهه و عملکرد چابک در شرکت‌های دانش بنیان حوزه فناوری اطلاعات.	یافته‌های حاصل از این پژوهش بر لزوم هوشمندسازی سازمان‌های امروزی که در محیطی پیچیده در حال فعالیت می‌باشند، تأکید می‌نماید.
۱۸	موسوی و همکاران (۱۳۹۶)	بررسی میزان تأثیر بکارگیری ظرفیت‌های مدیریت دانش در پیشرفت و ترقی فعالیت‌های آتی سازمان.	یافته‌های حاصل از پژوهش حاضر، حاکی از آن است که بین استفاده از ظرفیت‌های مدیریت دانش و پیشرفت و تعالی سازمان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.
۱۹	فروغی و همکاران (۱۳۹۵)	بررسی رابطه هوش استراتژیک مدیران عملیاتی با اثر بخشی تیم‌های خودگردان شرکت فولاد مبارکه.	نتایج پژوهش بیان‌گر این مطلب است که هوش استراتژیک تغییرات اثر بخشی تیم‌های خودگردان را تبیین می‌کند و از بین فرضیه‌های فرعی، تأثیر هوش تجاری و مدیریت دانش بر اثربخشی تیم‌های خودگردان تایید شده ولی تأثیر هوش

رقابتی بر اثربخشی تیم‌های خودگردان مورد تایید قرار نگرفته است.			
هوشمندی استراتژیک نقش مهمی در توسعه تفکر استراتژیک داشته و ابعاد هوشمندی استراتژیک شامل هوش تجاری، هوش رقابتی و مدیریت دانش و همینطور انواع هوشمندی استراتژیک برای توسعه و بهبود تفکر استراتژیک نقش بسزایی دارد.	بررسی نظری نقش هوشمندی استراتژیک در توسعه تفکر استراتژیک سازمانی.	و گرگابی خسروی (۱۳۹۵)	۲۰
در سازمان‌های دانش‌بنیان هوشمندی منابع انسانی برای هوشمندی استراتژیک درون سازمانی و هوشمندی مشتریان برای هوشمندی استراتژیک برون-سازمانی از بیشترین اهمیت برخوردارند.	اولویت‌بندی عوامل موثر بر هوشمندی استراتژیک یک سازمان دانش بنیان.	و حکاک شریعت نژاد (۱۳۹۳)	۲۱
ساختار شبکه‌ای بیشترین اهمیت را در میان سایر عوامل دارد و به ترتیب ارشدیت، رسمیت، تمرکز و سلسله مراتبی از اولویت کمتری برخوردار هستند.	شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر هوش استراتژیک در صنعت خودروسازی.	ملکی (۱۳۹۳)	۲۲
هوشمندی استراتژیک از طریق هوشمندی درون و برون سازمانی اندازه گیری می شود. همچنین، متوسط بودن میزان هوشمندی استراتژیک در سازمان های ایرانی، لزوم درک بهتر و پیاده سازی بهینه این نوع سیستم ها را بیان می کند	طراحی مدلی برای اندازه گیری هوشمندی استراتژیک سازمانی و اندازه گیری میزان آن در بین شرکت های استفاده کننده از نرم افزارهای هوشمندی کسب و کار در ایران.	و حسینی همکاران (۱۳۹۱)	۲۳
اهمیت نقش مدیریت دانش در مدیریت استراتژیک برای تحقق بهتر اهداف سازمان و ارتقاء سطح عملکرد و کسب مزیت رقابتی پایدار را در دنیای پویا و درحال تغییر.	بررسی رابطه ی ظرفیت مدیریت دانش و مدیریت استراتژیک منابع انسانی در استان گلستان.	پوری (۱۳۹۰)	۲۴
در میان ابعاد مدیریت دانش، تسهیم و انتقال دانش به همراه کسب دانش و ذخیره دانش، به عنوان مهمترین زیرمعیارها انتخاب و در میان اجزای	بررسی نقش مدیریت دانش و سرمایه‌های فکری بر کسب مزیت رقابتی.	و علیقلی همکاران (۱۳۹۰)	۲۵

سرمایه فکری نیز سرمایه رابطه‌ای و سرمایه انسانی از قوت بیشتری نسبت به سایر متغیرها برخوردار بودند.			
نتایج تحقیق نشان داد که با توجه به تفاوت ماهیت و کارکرد این دو مفهوم، سازمان‌ها برای انجام پروژه‌های مدیریت دانش نیازمند تدوین استراتژی مدیریت دانش و استراتژی دانش خود به صورت جداگانه می‌باشند.	بررسی الگوهای استراتژی مدیریت دانش و استراتژی دانش در سازمان‌ها.	رضاییان و همکاران (۱۳۸۸)	۲۶

۲-۵- فرضیه‌های تحقیق

فرضیه اصلی

بین ظرفیت دانش داخلی و خارجی سازمان با هوش استراتژیک ارتباط معناداری وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی

۱. بین ظرفیت دانش داخلی سازمان با هوش تجاری ارتباط معناداری وجود دارد.
۲. بین ظرفیت دانش داخلی سازمان با هوش رقابتی ارتباط معناداری وجود دارد.
۳. بین ظرفیت دانش داخلی سازمان با مدیریت دانش ارتباط معناداری وجود دارد.
۴. بین ظرفیت دانش خارجی سازمان با هوش رقابتی ارتباط معناداری وجود دارد.
۵. بین ظرفیت دانش خارجی سازمان با هوش تجاری ارتباط معناداری وجود دارد.
۶. بین ظرفیت دانش خارجی سازمان با مدیریت دانش ارتباط معناداری وجود دارد.

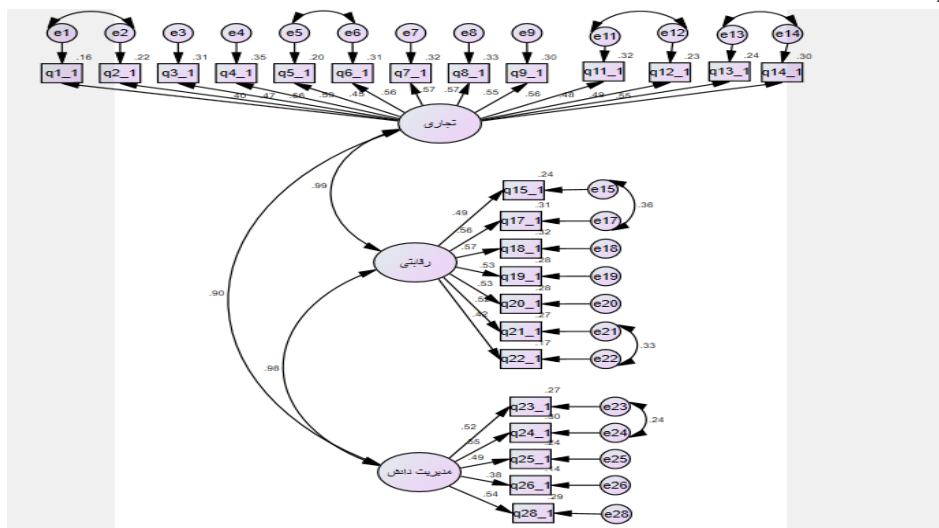
۳- روش پژوهش

پژوهش حاضر از حیث هدف کاربردی و از نوع روش، میدانی و از نوع توصیفی و همبستگی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر را کارشناسان و مدیران ۳۰ سازمان و به تعداد ۳۰۰ نفر تشکیل داده‌اند. برای تعیین حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان، تعداد ۲۶۹ نمونه برای جامعه با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده از جامعه آماری انتخاب شد. روش گردآوری اطلاعات این پژوهش کتابخانه‌ای و میدانی می‌باشد. روش کتابخانه‌ای به جمع‌آوری ادبیات و سوابق پژوهشی انجام گرفته در داخل و خارج از کشور پرداخته و در روش میدانی به منظور توزیع پرسشنامه، جهت استخراج یافته‌های مناسب با سؤالات تحقیق و نتیجه‌گیری در مورد سؤالات تحقیق در قلمرو مکانی تحقیق انجام شده است. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه محقق ساخته بوده است که براساس طیف پنج‌گانه لیکرت تنظیم شده است. طیف‌های پرسشنامه شامل خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد می‌باشد. پرسشنامه شامل ۴۲ سوال می‌باشد که مولفه‌های ظرفیت‌های دانش داخلی و خارجی سازمان با هوش استراتژیک را می‌سنجد. برای تعیین اعتبار پرسشنامه روش‌های متعددی وجود دارد که در این تحقیق جهت تعیین اعتبار از سه روش ۱- اعتبار محتوا، ۲- روایی صوری و ۳- روایی سازه (تحلیل عاملی تاییدی) استفاده گردید. اعتبار محتوای پرسشنامه از آنجا

که توسط استاد راهنما و چند نفر از متخصصین عرصه مدیریت مورد تایید قرار گرفته است، از اعتبار محتوایی لازم برخوردار می‌باشد. اعتبار صوری که توسط چند نفر از پاسخگویان مورد تایید قرار گرفته است، از روایی صوری لازم برخوردار می‌باشد. با توجه به اینکه پرسشنامه‌های مورد استفاده در این پژوهش، از نوع پرسشنامه محقق ساخته می‌باشد نیاز به روایی سازه از نوع تحلیل عاملی تاییدی داشته بنابراین جهت روایی سازه از نرم‌افزار AMOS24 استفاده گردید. به منظور تعیین پایایی پرسشنامه‌ها، از روش آلفای کرونباخ استفاده گردید. روش آلفای کرونباخ برای محاسبه هماهنگی درونی پرسشنامه به کار می‌رود. هرچه ضرایب به دست آمده درونی به یک نزدیکتر باشند، بیانگر پایایی بیشتر ابزار سنجش است. ضریب آلفای کرونباخ بدست آمده برای پرسشنامه‌ها ۸,۹ می‌باشد که نشان‌دهنده آن است که پرسشنامه‌ها از پایایی لازم برخوردارند. جهت تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده در پژوهش حاضر، همزمان برای توصیف و تبیین وضعیت موجود از آمار توصیفی، جهت بررسی نرمال بودن متغیرهای اصلی پژوهش از آزمون کولموگروف اسمیرنوف؛ و جهت سنجش همبستگی ظرفیت دانش داخلی و خارجی سازمان با هوشمندی استراتژیک، از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. همچنین محاسبات با استفاده از نسخه ۲۰ نرم افزار SPSS انجام شده است.

تحلیل عاملی تاییدی پرسشنامه هوشمندی استراتژیک:

جهت روایی سازه از نرم‌افزار AMOS24 استفاده گردید. همان‌طور که از خروجی نرم‌افزار مشاهده می‌گردد مدل اصلی تحلیل عاملی تاییدی مرتبه دوم ارائه شده به صورت شکل شماره ۲ می‌باشد که در آن روابط میان متغیرهای آشکار(گویه‌ها) با متغیر پنهان (ابعاد هوشمندی استراتژیک) و ضرائب استاندارد (بارهای عاملی) هر یک از گویه‌ها ارائه شده است

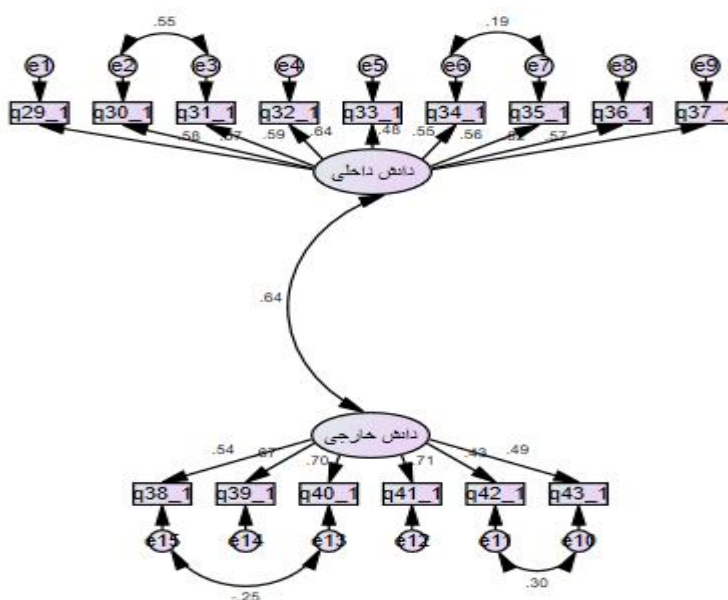


شکل (۲) مدل تحلیل عاملی تاییدی پرسشنامه هوشمندی استراتژیک

تحلیل عاملی تاییدی پرسشنامه ظرفیت های دانش سازمانی:

همان‌طور که از خروجی نرم‌افزار AMOS24 مشاهده می‌گردد مدل اصلی تحلیل عاملی تاییدی ارائه شده به صورت شکل شماره ۳ می‌باشد که در آن روابط میان متغیرهای آشکار(گویه‌ها) با متغیر پنهان (ابعاد ظرفیت های

دانش سازمانی) و ضرائب استاندارد (بارهای عاملی) هر یک از گویه‌ها ارائه شده است.



شکل (۳) مدل تحلیل عاملی تأییدی پرسشنامه ظرفیت های دانش سازمان

۴- یافته های پژوهش

۴-۱- نتایج توصیفی

نتایج بدست آمده در مورد جنسیت پاسخ دهنده‌ها نشان داد که از بین ۲۶۷ نفر پاسخ دهنده به پرسشنامه از نظر وضعیت جنسی، بیشترین تعداد پاسخگویان ۱۷۶ نفر معادل ۶۵/۷ درصد مرد بوده‌اند. وضعیت میزان تحصیلات پاسخگویان نشان دهنده آن است که از بین ۲۶۷ نفر پاسخ دهنده به پرسشنامه از نظر وضعیت میزان تحصیلات، بیشترین تعداد پاسخگویان ۱۲۸ نفر معادل ۴۷/۸ درصد دارای میزان تحصیلات لیسانس بوده‌اند. وضعیت سابقه فعالیت در سازمان نشان دهنده آن است که از بین ۲۶۷ نفر پاسخ دهنده به پرسشنامه از نظر وضعیت سابقه فعالیت در سازمان، بیشترین تعداد پاسخگویان ۱۰۶ نفر معادل ۳۹/۶ درصد دارای سابقه بالای ۵ سال بوده‌اند. وضعیت شغل پاسخگویان نشان دهنده آن است که از بین ۲۶۴ نفر پاسخ دهنده به پرسشنامه از نظر وضعیت شغل، بیشترین تعداد پاسخگویان ۱۸۹ نفر معادل ۷۰/۵ درصد به عنوان کارشناس بوده‌اند.

۴-۲- نتایج استنباطی

آزمون نرمال بودن توزیع داده‌های پژوهش:

جهت بررسی نرمال بودن متغیرهای اصلی پژوهش از آزمون کولموگروف اسمیرنوف استفاده گردید که آزمون فرض آن به صورت جدول (۲) می‌باشد.

جدول (۲) آزمون کلموگروف اسمیرنوف جهت بررسی نرمال بودن داده‌های پژوهش

متغیرهای پژوهش	سطح معنی داری	توزیع نرمال
هوشمندی استراتژیک	۰/۲۰۰	دارد
ظرفیت های دانش سازمانی	۰/۰۶۵	دارد

همانطور که نتایج جدول (۲) نشان می‌دهد مقدار سطح معناداری در متغیرهای هوشمندی استراتژیک، ظرفیت های دانش سازمانی بالاتر از ۰/۰۵ بوده و بنابراین فرضیه صفر در این متغیرها در سطح اطمینان ۹۵ درصد، مورد تایید قرار می‌گیرد و توزیع داده‌ها در متغیرهای پژوهش از توزیع نرمال پیروی می‌کنند بنابراین از آزمون های پارامتریک برای بررسی داده‌ها استفاده می‌شود.

آزمون فرضیه‌های پژوهش:

ساختار این فرضیه ها از نوع رابطه‌ای است. به عبارت دیگر این فرضیه ها روابط همبستگی را مدنظر دارند که در آن با افزایش یا کاهش یک متغیر، مقادیر متغیر دیگر بطور منظمی افزایش یا کاهش خواهد یافت. بنابراین آزمون متناسب با ساختار روابط همبستگی، ضرایب همبستگی است که با توجه به نرمال بودن توزیع، از ضریب همبستگی پیرسون استفاده می‌شود.

فرضیه اصلی: بین ظرفیت دانش داخلی و خارجی سازمان با هوش استراتژیک ارتباط معناداری وجود دارد. فرضیه اول:

بین ظرفیت دانش داخلی سازمان با هوش تجاری ارتباط معناداری وجود دارد.

جدول (۳) ضریب همبستگی بین ظرفیت دانش داخلی سازمانی با هوش تجاری

متغیرهای پیش بین			هوش تجاری	متغیر ملاک
ظرفیت دانش داخلی	ضریب همبستگی	مجذور ضریب همبستگی	سطح معناداری	
۰/۸۸۲	۰/۷۷۷	۰/۰۰۰		

مطابق با جدول (۳) نتایج مربوط به بررسی فرضیه اول نشان داد که مقدار آماره پیرسون (۰/۸۸۲) در سطح کمتر از ۰/۰۱ معنادار است و بر اساس ضریب تعیین (۳) بدست آمده ۷۷/۷ درصد واریانس " ظرفیت دانش داخلی " و " هوش تجاری " مشترک بوده است بنابراین می‌توان چنین ادعان نمود که رابطه میان متغیرهای فوق در سطح اطمینان ۰/۹۵ معنی دار است. به عبارت دیگر فرض صفر رد می‌شود و فرض محقق پذیرفته می‌شود بنابراین " ظرفیت دانش داخلی " و " هوش تجاری " مشترک رابطه معناداری وجود دارد به طوری که جهت رابطه مثبت و شدت رابطه قوی می‌باشد به عبارتی هر اندازه " ظرفیت دانش داخلی " بالاتر باشد میزان " هوش تجاری " در سازمان هم افزایش خواهد یافت.

فرضیه دوم:

بین ظرفیت دانش داخلی سازمان با هوش رقابتی ارتباط معناداری وجود دارد.

جدول (۴) ضریب همبستگی بین ظرفیت دانش داخلی سازمانی با هوش تجاری

متغیر ملاک			هوش رقابتی
متغیرهای پیش بین			
ضریب همبستگی	مجذور ضریب همبستگی	سطح معناداری	
۰/۸۴۳	۰/۷۱۰	۰/۰۰۰	ظرفیت دانش داخلی

مطابق با جدول (۴)، نتایج مربوط به بررسی فرضیه دوم نشان داد که مقدار آماره پیرسون (۰/۸۴۳) در سطح کمتر از ۰/۰۱ معنادار است و بر اساس ضریب تعیین (۴۲) بدست آمده ۷۱ درصد واریانس "ظرفیت دانش داخلی" و "هوش رقابتی" مشترک بوده است بنابراین می توان چنین اذعان نمود که رابطه میان متغیرهای فوق در سطح اطمینان ۰/۹۵ معنی دار است. به عبارت دیگر فرض صفر رد می شود و فرض محقق پذیرفته می شود. بنابراین "ظرفیت دانش داخلی" و "هوش رقابتی" مشترک رابطه معناداری وجود دارد به طوری که جهت رابطه مثبت و شدت رابطه قوی می باشد به عبارتی هر اندازه "ظرفیت دانش داخلی" بالاتر باشد میزان "هوش رقابتی" در سازمان هم افزایش خواهد یافت.

فرضیه سوم:

بین ظرفیت دانش داخلی سازمان با مدیریت دانش ارتباط معناداری وجود دارد.

جدول (۵) ضریب همبستگی بین ظرفیت دانش داخلی سازمانی با مدیریت دانش

متغیر ملاک			مدیریت دانش
متغیرهای پیش بین			
ضریب همبستگی	مجذور ضریب همبستگی	سطح معناداری	
۰/۷۹۹	۰/۶۳۸	۰/۰۰۰	ظرفیت دانش داخلی

مطابق با جدول (۵)، نتایج مربوط به بررسی فرضیه سوم نشان داد که مقدار آماره پیرسون (۰/۷۹۹) در سطح کمتر از ۰/۰۱ معنادار است و بر اساس ضریب تعیین (۴۲) بدست آمده ۶۳/۸ درصد واریانس "ظرفیت دانش داخلی" و "مدیریت دانش" مشترک بوده است؛ بنابراین می توان چنین اذعان نمود که رابطه میان متغیرهای فوق در سطح اطمینان ۰/۹۵ معنی دار است. به عبارت دیگر فرض صفر رد می شود و فرض محقق پذیرفته می شود بنابراین "ظرفیت دانش داخلی" و "مدیریت دانش" مشترک رابطه معناداری وجود دارد به طوری که جهت رابطه مثبت و

شدت رابطه قوی می باشد به عبارتی هر اندازه " ظرفیت دانش داخلی " بالاتر باشد میزان " مدیریت دانش " در سازمان هم افزایش خواهد یافت.

فرضیه چهارم:

بین ظرفیت دانش خارجی سازمان با هوش تجاری ارتباط معناداری وجود دارد.

جدول (۶) ضریب همبستگی بین ظرفیت دانش خارجی سازمانی با هوش تجاری

متغیر ملاک			هوش تجاری
متغیرهای پیش بین			
ضریب همبستگی	مجذور ضریب همبستگی	سطح معناداری	
۰/۷۳۲	۰/۵۳۵	۰/۰۰۰	ظرفیت دانش خارجی

مطابق با جدول (۶)، نتایج مربوط به بررسی فرضیه چهارم نشان داد که مقدار آماره پیرسون (۰/۷۳۲) در سطح کمتر از ۰/۰۱ معنادار است و بر اساس ضریب تعیین (۲) بدست آمده ۵۳/۵ درصد واریانس " ظرفیت دانش خارجی " و " هوش تجاری " مشترک بوده است بنابراین می توان چنین اذعان نمود که رابطه میان متغیرهای فوق در سطح اطمینان ۰/۹۵ معنی دار است. به عبارت دیگر فرض صفر رد می شود و فرض محقق پذیرفته می شود بنابراین " ظرفیت دانش خارجی " و " هوش تجاری " مشترک رابطه معناداری وجود دارد به طوری که جهت رابطه مثبت و شدت رابطه قوی می باشد به عبارتی هر اندازه " ظرفیت دانش خارجی " بالاتر باشد میزان " هوش تجاری " در سازمان هم افزایش خواهد یافت.

فرضیه پنجم:

بین ظرفیت دانش خارجی سازمان با هوش رقابتی ارتباط معناداری وجود دارد.

جدول (۷) ضریب همبستگی بین ظرفیت دانش خارجی سازمان با هوش رقابتی

متغیر ملاک			هوش رقابتی
متغیرهای پیش بین			
ضریب همبستگی	مجذور ضریب همبستگی	سطح معناداری	
۰/۸۰۶	۰/۶۴۹	۰/۰۰۰	ظرفیت دانش خارجی

مطابق با جدول (۷)، نتایج مربوط به بررسی فرضیه پنجم نشان داد که مقدار آماره پیرسون (۰/۸۰۶) در سطح کمتر از ۰/۰۱ معنادار است و بر اساس ضریب تعیین (۲) بدست آمده ۶۴/۹ درصد واریانس " ظرفیت دانش خارجی " و " هوش رقابتی " مشترک بوده است بنابراین می توان چنین اذعان نمود که رابطه میان متغیرهای فوق در سطح

اطمینان ۰/۹۵/ معنی دار است. به عبارت دیگر فرض صفر رد می شود و فرض محقق پذیرفته می شود بنابراین " ظرفیت دانش خارجی " و " هوش رقابتی " مشترک رابطه معناداری وجود دارد به طوری که جهت رابطه مثبت و شدت رابطه قوی می باشد به عبارتی هر اندازه " ظرفیت دانش خارجی " بالاتر باشد میزان " هوش رقابتی " در سازمان هم افزایش خواهد یافت.

فرضیه ششم:

بین ظرفیت دانش خارجی سازمان با مدیریت دانش ارتباط معناداری وجود دارد.

جدول (۸) ضریب همبستگی بین ظرفیت دانش خارجی سازمانی با هوش تجاری

متغیر ملاک			مدیریت دانش
متغیرهای پیش بین			
ضریب همبستگی	مجذور ضریب همبستگی	سطح معناداری	
۰/۷۹۳	۰/۶۲۸	۰/۰۰۰	ظرفیت دانش خارجی

مطابق با جدول (۸)، نتایج مربوط به بررسی فرضیه ششم نشان داد که مقدار آماره پیرسون (۰/۷۹۳) در سطح کمتر از ۰/۰۱ معنادار است و بر اساس ضریب تعیین (۳۲) بدست آمده ۶۲/۸ درصد واریانس " ظرفیت دانش خارجی " و " مدیریت دانش " مشترک بوده است بنابراین می توان چنین اذعان نمود که رابطه میان متغیرهای فوق در سطح اطمینان ۰/۹۵/ معنی دار است. به عبارت دیگر فرض صفر رد می شود و فرض محقق پذیرفته می شود بنابراین " ظرفیت دانش خارجی " و " مدیریت دانش " مشترک رابطه معناداری وجود دارد به طوری که جهت رابطه مثبت و شدت رابطه قوی می باشد به عبارتی هر اندازه " ظرفیت دانش خارجی " بالاتر باشد میزان " مدیریت دانش " در سازمان هم افزایش خواهد یافت.

فرضیه اصلی:

بین ظرفیت دانش داخلی و خارجی سازمان با هوش استراتژیک ارتباط معناداری وجود دارد.

جدول (۳) ضریب همبستگی بین ظرفیت های دانش سازمانی با هوشمندی استراتژیک

متغیر ملاک			هوشمندی استراتژیک
متغیرهای پیش بین			
ضریب همبستگی	مجذور ضریب همبستگی	سطح معناداری	
۰/۸۹۳	۰/۷۹۷	۰/۰۰۰	ظرفیت دانش داخلی
۰/۸۰۳	۰/۶۴۴	۰/۰۰۰	ظرفیت دانش خارجی

در نهایت نتایج مربوط به بررسی فرضیه اصلی نشان داد که ضریب همبستگی بین ظرفیت‌های دانش سازمانی با هوشمندی استراتژیک در سطح کمتر از ۰/۰۱ معنادار است. به عبارتی آزمون همبستگی پیرسون نشان داد بین ظرفیت دانش داخلی و هوشمندی استراتژیک ($r = 0/893$) و همچنین بین ظرفیت دانش خارجی و هوشمندی استراتژیک ($r = 0/803$) رابطه مثبت و معنی‌داری در سطح اطمینان ۹۵ درصد وجود دارد. جهت رابطه بین ظرفیت دانش داخلی و هوشمندی استراتژیک و همچنین ظرفیت دانش خارجی و هوشمندی استراتژیک مثبت و شدت رابطه بدست آمده بسیار قوی بدست آمده است؛ بنابراین نتایج نشان داد سازمان‌هایی که ظرفیت‌های دانش سازمانی بالاتری دارند از هوش استراتژیک بالاتری هم برخوردارند و چه بسا میزان ارتباط ظرفیت‌های داخلی سازمان نسبت به ظرفیت‌های خارجی سازمان بیشتر هم باشد.

۵- بحث و نتیجه گیری

نتایج مربوط به بررسی فرضیه‌ها، بیانگر این موضع است که بین متغیرهای ظرفیت‌های دانش و هوشمندی استراتژیک ارتباطی قوی وجود دارد و سازمان‌ها جهت بهره‌مندی از جریان هوش در سازمان‌هایشان باید از ظرفیت‌های دانش داخلی و خارجی خود استفاده بهینه را ببرند. با توجه به نتایج فرضیه اول؛ از بین متغیرهای هوشمندی استراتژیک و ظرفیت‌های دانش؛ بین هوش تجاری و ظرفیت‌های دانش داخلی با مؤلفه‌های سرمایه انسانی و شدت تحقیق و توسعه، ارتباط بسیار قوی وجود داشته؛ و سازمان‌ها بهتر است توجه خاصی به این حوزه‌ها داشته باشند و فعالیت در این حوزه‌ها را باید به عنوان یک فرصت ((نه هزینه)) به حساب آورند. بدین صورت که با سرمایه‌گذاری در واحدهای تحقیق و توسعه سازمان‌ها و انجام تحقیقات کاربردی برای محصولات و خدمات جدید؛ و همچنین ایجاد انگیزه و رضایت شغلی در کارکنان سازمان، توجه به خلاقیت و نوآوری کارکنان، همکاری و تعامل بین کارکنان برای اشتراک‌گذاری دانش و انطباق شغل با مهارت نیروی کار، باعث افزایش هوش تجاری شوند که این عمل در نهایت منجر به افزایش بکارگیری هوشمندی استراتژیک در سازمان خواهد بود.

این پژوهش با پژوهش کالوکیرو و همکارانش (۲۰۰۴)، طلایی راد (۱۳۹۶)، مارتینزو همکاران (۲۰۱۸)، سانچز و همکاران (۲۰۱۸) همسو بوده و ظرفیت‌های دانش سازمان‌ها در تحقیقاتشان از اهمیت زیادی برخوردارند. به فرض مثال مارتینزو و همکاران (۲۰۱۸) اعتقاد دارند که سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه باعث بهبود ظرفیت‌های یادگیری سازمان شده و سازمان‌ها را برای توسعه ظرفیت‌ها سازمانی توانمند می‌سازد. طلایی راد (۱۳۹۶) در پژوهش خود نشان داد که بین ظرفیت دانش سازمان و اثربخشی سازمان ارتباط مثبت و معنی‌دار وجود دارد. نتایج پژوهش کالوکیرو و همکارانش (۲۰۰۴) نشان داد که ظرفیت‌های داخلی تحقیق و توسعه (شدت تحقیق و توسعه و پرسنل مجرب) در افزایش عملکرد نوآورانه اهمیت زیادی دارند. پوری (۱۳۹۰)، بر اهمیت نقش ظرفیت مدیریت دانش در مدیریت استراتژیک برای تحقق بهتر اهداف سازمان و ارتقاء سطح عملکرد و کسب مزیت رقابتی پایدار را در دنیای پویا و درحال تغییر تأکید کرد.

همچنین این پژوهش در زمینه هوشمندی استراتژیک با پژوهش‌های گرگابی (۱۳۹۵) (حسینی و همکاران، ۱۳۹۱)، کروگر (۲۰۱۱)، مک کی و هس (۲۰۱۵)، ارکوس (۲۰۱۵)، فتحی و همکاران (۱۳۹۷)، وحدتی و همکاران (۱۳۹۶)، هرنندی (۱۳۹۶)، فروغی و همکاران (۱۳۹۵) و گرگابی و خسروی (۱۳۹۵) هم‌راستا بوده و هوشمندی استراتژیک در این تحقیقات نقش مهم و اساسی را برای دستیابی به اهداف ایفا می‌کنند. یافته‌های حاصل از پژوهش هرنندی

(۱۳۹۶)، مانند پژوهش حاضر بر لزوم هوشمندسازی سازمان‌های امروزی که در محیطی پیچیده در حال فعالیت می‌باشند، تأکید می‌نماید. همچنین نتایج پژوهش دنیایی (۱۳۹۸) نشانگر آن است که مدیریت دانش بر ارتقاء سازمانی تاثیرگذار است. فریدفتحی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهش خود نشان دادند که هوش استراتژیک بر ظرفیت تغییر سازمانی در سازمان‌ها تأثیر معنی‌داری دارد و توجه به هوش استراتژیک مدیران و آماده سازی محیط حقوقی مناسب ظرفیت تغییر سازمانی را افزایش خواهد داد. از نظر گرگابی و خسروی (۱۳۹۵)، هوشمندی استراتژیک نقش مهمی در توسعه تفکر استراتژیک داشته و ابعاد هوشمندی استراتژیک شامل هوش تجاری، هوش رقابتی و مدیریت دانش و همینطور انواع هوشمندی استراتژیک برای توسعه و بهبود تفکر استراتژیک نقش بسزایی دارد. نتایج پژوهش وحدتی و همکاران (۱۳۹۶) نیز نشان‌دهنده تاثیر مثبت و معنادار هوشمندی استراتژیک بر سرمایه‌های انسانی که یکی از مؤلفه‌های ظرفیت دانش داخلی تحقیق حاضر است، می‌باشد. لازم به ذکر است، با بررسی پژوهش‌های پیشین، پژوهشی مبنی بر بررسی رابطه بین هوشمندی استراتژیک و ظرفیت‌های دانش سازمانی یافت نشد.

پیشنهادهای کاربردی

- با توجه به نتایج فرضیه اصلی پژوهش، میزان ارتباط بین هوشمندی استراتژیک و ظرفیت‌های دانش داخلی و خارجی بسیار قوی می‌باشد. در نتیجه به مدیران و مسئولین سازمان‌ها پیشنهاد می‌شود برای بهره‌گیری بهتر از هوشمندی استراتژیک در سازمان، سطح آگاهی و دانش خود و کارکنان خود را نسبت بکارگیری ظرفیت‌های دانش داخلی و خارجی سازمان افزایش داده و دوره‌های خاصی را بدین منظور برگزار نمایند. همچنین این پژوهش به اهمیت لزوم و پیاده‌سازی مؤلفه‌های هوشمندی استراتژیک و ترغیب مدیران و کارکنان سازمان‌ها به استفاده از فن‌آوری‌های سیستم‌های هوشمندی سازمانی هوش استراتژیک که جزء مهمی از تصمیم‌گیری استراتژیک بوده و می‌تواند اطلاعات بسیار خوبی را برای مدیریت فراهم نموده تا منجر به ایجاد مزیت رقابتی و نوآوری برای آن‌ها شود، تاکید دارد.
- مطابق با فرضیه اول، دوم و سوم شدت ارتباط بین هوش تجاری، هوش رقابتی و مدیریت دانش با ظرفیت دانش داخلی بسیار قوی است؛ بنابراین به سازمان‌ها توصیه می‌شود جهت اجرا و پیاده‌سازی مدیریت دانش، هوش تجاری و هوش رقابتی؛ به بهسازی و توانمندسازی منابع ظرفیت‌های دانش داخلی از جمله سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه و بالابردن سطح دانش، مهارت سرمایه انسانی سازمان بپردازند. بدین منظور سازمان‌ها می‌توانند در کلیه سطوح سازمان، در جهت کمک به رشد دانش سازمانی و ایجاد ظرفیت بیشتر در سازمان‌ها برای دستیابی به دانش‌های جدید، دانش را در سطح سازمان توزیع کنند و از مؤسسات پژوهشی و تجاری و شرکت‌های مشاوره، آزمایشگاه‌های خصوصی و مشاوران، دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی، مؤسسات تحقیقاتی عمومی و غیرانتفاعی کمک بگیرند. همچنین حمایت پژوهشی سازمان‌ها از افرادی که به ارتقای هوش و دانش سازمان کمک می‌کنند، برای استفاده بهینه ظرفیت‌های دانش سازمان مؤثر است.
- مطابق با فرضیه‌های چهارم، پنجم و ششم نیز بین مؤلفه‌های هوشمندی استراتژیک و ظرفیت‌های دانش خارجی سازمان ارتباط قوی وجود دارد ولی شدت این رابطه نسبت به ارتباط بین ظرفیت‌های دانش داخلی و مؤلفه‌های هوشمندی استراتژیک، کمتر است. جهت استفاده بهینه از ظرفیت‌های دانش

خارجی به سازمان‌ها توصیه می‌شود که با تامین‌کنندگان، دانشگاه‌ها و مؤسسات تحقیقاتی و در مواقع لزوم برای کسب کارایی جمعی با رقبا همکاری شود.

مراجع

- ✓ اشتر مریم، جعفریوسفی نادر، عباسیان نقنه سلمان. (۱۳۹۴). مطالعه موردی ابعاد هوش رقابتی. اولین کنفرانس مدیریت راهبردی و خدمات، پایانه کارشناسی ارشد، اصفهان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد، ۱: ۱۱-۱
- ✓ پوری حمیده. (۱۳۹۰). بررسی رابطه ی ظرفیت مدیریت دانش و مدیریت استراتژیک منابع انسانی در استان گلستان. پایانه کارشناسی ارشد، تهران، موسسه آموزش عالی مهر البرز
- ✓ حسینی یعقوب، سلیمی فرد خداکرم و یداللهی شهریانو. (۱۳۹۱). طراحی مدلی برای اندازه‌گیری هوشمندی استراتژیک سازمانی، فصلنامه پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی، ۱: ۴۲-۲۱
- ✓ حق‌شناس گرگابی، محمد. (۱۳۹۶). بررسی نظری نقش هوشمندی استراتژیک در توسعه تفکر استراتژیک سازمانی. کنفرانس بین‌المللی مدیریت و اقتصاد در قرن ۲۱: ۱۸-۱
- ✓ حکاک محمد، شریعت نژاد علی. (۱۳۹۳). اولویت بندی عوامل موثر بر هوشمندی استراتژیک یک سازمان های دانش بنیان. فصلنامه علمی - پژوهشی فرایند مدیریت و توسعه، ۲: ۱۰۸-۱۳۴
- ✓ دنیایی معصومه. (۱۳۹۸). ارتقاء ظرفیت سازمانی؛ بررسی نقش مدیریت دانش. پایانه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس تهران، دانشکده مدیریت و اقتصاد
- ✓ رضاییان علی، احمدوند علی محمد و تولایی روح الله. (۱۳۸۸). بررسی الگوهای استراتژی مدیریت دانش و استراتژی دانش در سازمان ها. ماهنامه علمی- ترویجی "توسعه انسانی پلیس"، شماره ۲۷.
- ✓ روحانی سعید، زارع احد. (۱۳۹۱). مدل ارزیابی سطح هوش تجاری در سیستم های سازمانی، فصلنامه مطالعات مدیریت فناوری اطلاعات، ۲: ۹۲۹-۹۰۱
- ✓ شکاری غلامعباس، شهریاری مرجان. (۱۳۹۵). بررسی تاثیر هوش تجاری بر بهره‌وری سازمان (مطالعه‌ای بر شعب شرکت بیمه ایران شهر مشهد)، ماهنامه پژوهش‌های مدیریت و حسابداری، ۲۹: ۴۲-۶۵
- ✓ صفاجو آناهید، رضاییان علی، شکوهیار سجاده. (۱۳۹۴). تأثیر مولفه های هوش هیجانی بر تسهیم دانش استراتژیک :موردکاوی مدیریت اکتشاف شرکت ملی نفت ایران، ماهنامه علمی -ترویجی اکتشاف و تولید نفت و گاز، ۱۲۵: ۳۹-۱۸
- ✓ طلایی‌راد طه، طاهری فاطمه. (۱۳۹۶). شناسایی ابعاد و مولفه های ظرفیت های دانش سازمانی در سازمان آموزش فنی و حرفه ای بر اساس رویکرد برخاسته از داده ها. سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، حسابداری و اقتصاد دانش بنیان با تاکید بر اقتصاد مقاومتی، تهران، دانشگاه علامه مجلسی، ۳: ۱۱-۱
- ✓ علیقلی منصوره، بازایی قاسمعلی و عسگری سعید. (۱۳۹۰). بررسی نقش مدیریت دانش و سرمایه‌های فکری بر کسب مزیت رقابتی. نشریه مدیریت کسب و کار، ۹: ۴۸-۲۵
- ✓ فروزنده لطف الله. دانایی فرد حسن. رهنورد آهن فرج الله و محمدی فاتح اصغر. (۱۳۹۳). بررسی ظرفیت سازمانی دانشگاه افسری امام علی (ع) بر اساس الگوی مک کینزی، فصلنامه مدیریت نظامی، ۴: ۵-۲۱.

- ✓ فروغی زهرا، سلطانی ایرج و خانی ناصر. (۱۳۹۵). بررسی رابطه هوش استراتژیک مدیزان عملیاتی با اثربخشی تیم‌های خودگردان شرکت فولاد مبارکه، مجله مدیریت و توسعه تحول، ۱۷۸-۱۶۳
- ✓ فریدفتحی اکبر، رضایی زهرا، حقیقت ماه زری، بهمن‌زاده معصومه. (۱۳۹۷). نقش میانجی محیط حقوقی در تأثیر هوش استراتژیک بر ظرفیت تغییر سازمانی در سازمان‌های ورزشی. مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، ۳۲: ۱۱۱-۱۲۵
- ✓ قلندری، عاطفه و قائم خواجوی، ۱۳۹۴، ابعاد هوش تجاری و عملکرد مدیران اجرایی مراکز بهداشتی، دومین کنفرانس بین‌المللی اقتصاد، مدیریت و فرهنگ ایرانی/اسلامی، اردبیل، موسسه پیشگامان فرهیختگان فرهنگ و اندیشه ولیعصر، اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اردبیل، ۱۵-۱
- ✓ قوامی عباس، نجفی امیر. (۱۳۹۶). تأثیر ظرفیت‌های گوناگون انباشتگی دانش و اندازه سازمان بر عملکرد نوآوری تدریجی و رادیکال. فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی، ۱۱: ۴۸-۳۷
- ✓ کریمی‌فرد، حسن، اتحادهای استراتژیک؛ شیوه‌ای برای تقویت بنگاه‌های کوچک و متوسط، مجله تدبیر، ۲۱۳: ۲۲-۱۶
- ✓ مشبکی اصغر، رضوانیان زاده محمدرضا، خرمگاه سمانه. (۱۳۹۰). سنجش و بهبود سطح هوش رقابتی در شرکت‌های خودروسازی با استفاده از الگوی QFD. فصلنامه بهبود مدیریت، ۳: ۱۰۰-۸۱
- ✓ ملکی صبا. (۱۳۹۳). شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر هوش استراتژیک در صنعت خودروسازی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری، دانشگاه سمنان.
- ✓ موسوی اصل حسین، نجفی امیر و باهوش کامران. (۱۳۹۶). بررسی میزان تأثیر بکارگیری ظرفیت‌های مدیریت دانش در پیشرفت و ترقی فعالیت‌های آتی سازمان، یازدهمین کنگره ملی پیشگامان پیشرفت، تهران، مرکز الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، ۱۱: ۷-۱
- ✓ نکودری مریم، یعقوبی نورمحمد. (۱۳۹۰). بررسی عوامل تسهیل‌کننده مدیریت دانش در سازمان مدیریت بحران. پژوهش‌های مدیریت عمومی، سال چهارم، ۱۳: ۱۱۹-۹۵
- ✓ وحدتی حجت‌الله، شریعت‌نژاد عبدالله، ساعدی‌علی. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر هوشمندی استراتژیک بر سرمایه‌های انسانی، ساختاری و ارتباطی در صنعت بیمه. مدیریت فرهنگ سازمانی، ۶: ۶۶۷-۳-۶

- ✓ Albers, James. A. & Trinidad, Amanda. I. 2006. Knowledge Management Software: A selection process. *CACCI Journal*, 1(Reprinted from Asia-Pacific Tech Monitor), pp. 35-41.
- ✓ Arcos, Rubén. 2015. Public relations strategic intelligence: Intelligence analysis, communication and influence. *Public Relations Review* 42,2: 264-270
- ✓ Calof, Jonathan. (2017). Reflections on the Canadian Government in competitive intelligence, *Programs and Impacts Foresight*, 19,1: 31-47.
- ✓ Caloghirou Yannis, Kastelli Ioanna, Tsakanikas Aggelos. (2004). Internal capabilities and external knowledge sources: complements or substitutes for innovative performance? *Technovation Author links open overlay panel*, 1: 29-39
- ✓ Daud, Salina. & Yusoff, Wan Fadzilah Wan. (2011). How intellectual capital mediates the relationship between knowledge management processes and organizational performance? *African Journal of Business Management*, 5(7), 2607-2617.

- ✓ Davenport, Thomas. H & Prusak Laurence. (1998). Working Knowledge, Cambridge, MA: Harvard Business School Press.
- ✓ Findıklı, Mine Afacan; Yozgat, Ugur; Rofcanin Yasin. (2015). Examining Organizational Innovation and Knowledge Management Capacity The Central Role of Strategic Human Resources practices. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*.181: 377-387
- ✓ Flor, Luisa. (2017). External knowledge search, absorptive capacity and radical innovation in high-technology firms, *European Management Journal*,2: 183-194
- ✓ Gabber, H. (2007). Strategic intelligence topology analyze for improved plan operation. *Industrial Management and Data Systems*, 107(2), 198-236.
- ✓ Grewal Rajdeep, Tansuhaj Patriya. (2001). Building organizational capabilities for managing economic crisis: The role of market orientation and strategic flexibility. *Journal of marketing*, 2: 67-80
- ✓ Kruger Jean-Pierre. (2010), A study of Strategic Intelligence as a Strategic Management Tool in the Long-term Insurance Industry in South Africa, Master Thesis of University of South Africa.
- ✓ Kuosa Tuomo. (2011). *Different approaches of pattern management and intelligence strategi*. *Technological Forecasting and Social Change*, 78,3: 458-467.
- ✓ Martínez Marian Garcia, Zouaghi Ferdaous, Sánchez, Mercedes. (2018). Did the global financial crisis impact firms' innovation performance? The role of internal and external knowledge capabilities in high and low tech industries, *Technological Forecasting and Social Change*, Elsevier, vol. 132, 92-104.
- ✓ Massa, Silvia and Testa Stefania. (2009). A knowledge management approach to organizational competitive advantage: Evidence from the food sector. *European Management Journal*, 27, pp.129–141.
- ✓ McKie David, Heath Robert L. (2016). *Public relations as a strategic intelligence for the 21st century: Contexts, controversies, and challenges*. *Public Relations Review*.42,2: 298-305.
- ✓ Ning Ye, Fan Zhi-Ping, Feng Bo (2006) *Knowledge Capability: A Definition and Research Model KSEM'*. *Proceedings of the First international conference on Knowledge Science, Engineering and Managpp*,6: 330-340.
- ✓ Pedersen, Torben, Soo, Christine, Devinney, Timothy. M. 2003. *The Importance of Internal and External Knowledge Sourcing in Firm Performance: A Latent Class Estimation*. *Kobenhavn*. 38p.
- ✓ Ross, Pauline. McGowan, Carol. and Styger, Lee. (2012). A comparison of theory and practice in market intelligence. *Sydney business school*, 1-17
- ✓ Richard, L. & Russell, P. (2007), *Sharpening strategic intelligence: Why the CIA gets it wrong and what needs to be done to get it right*, Cambridge University Press, 76 (2), 237
- ✓ Sanchez, Mercedes, Zouaghi, Ferdaous, Martinez. Marian Garcia. (2018). *Did the global financial crisis impact firms' innovation performance? The role of internal and external knowledge capabilities in high and low tech industries Technological Forecasting & Social Change* 132: 92-104

-
- ✓ Stefan, Ioana, Bengtsson Lars. (2017). *Unravelling appropriability mechanisms and openness depth effects on firm performance across stages in the innovation process. Technological Forecasting and Social Change*, 120, 252–260.
 - ✓ Tuan, Luu Trọng. (2015). *Entrepreneurial orientation and competitive intelligence: cultural intelligence as a modeator*, *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship* 17, 2 212 – 228
 - ✓ Van Beer, Cees, Zand Fardad. (2014). *R&D cooperation, partner diversity, and innovation performance: An empirical analysis. Journal of Product Innovation Management*, 31: 292–312.
 - ✓ Walsh, John P, Lee You-Na, Nagaoka, Sadao. (2016). *Openness and innovation in the US: Collaboration form, idea generat generation and implementation. Research Policy*, 45: 1660–1671