





دانشگاه فردوسی مشهد

دانشکده علوم اداری و اقتصادی

گروه مدیریت

گرایش استراتژیک

پایان نامه کارشناسی ارشد

نقش واسط مدیریت دانش و ساختار سازمانی در رابطه بین عدم

اطمینان محیطی و نوآوری سازمانی

(مورد مطالعه: شرکت‌های تولیدی متوسط و بزرگ شهرک‌های صنعتی مشهد)

استاد راهنما:

دکتر مصطفی کاظمی

استاد مشاور:

دکتر یعقوب مهارتی

نگارش:

عبداله حسنی توابع

بهمن ماه ۱۳۹۱



دانشگاه گیلان
دانشکده علوم اداری و اقتصادی

گروه مدیریت

عنوان پایان نامه :

نقش واسط مدیریت دانش و ساختار سازمانی در رابطه بین عدم اطمینان محیطی و نوآوری سازمانی
(مورد مطالعه: شرکت‌های تولیدی متوسط و بزرگ شهرک‌های صنعتی شهرستان مشهد)

نگارش :

عبداله حسنی توابع

ارائه شده جهت دریافت درجه کارشناسی ارشد

در رشته مدیریت اجرایی گرایش استراتژیک

استاد راهنما :

دکتر مصطفی کاظمی

استاد مشاور :

دکتر یعقوب مهارتی

بهمن‌ماه ۱۳۹۱

تقدیم به

آموزگاران حقیقی زندگسام

معلمان عشق و پایداری؛

پدر بزرگوارم،

او که شفافترین قطرات نیز در بیانش مستاصل هستند؛

او که همیشه عزیز، مهربان و بخشنده است؛

او که وجود ازشمندهش همواره یاور و همراه من است؛

او که برای خوشبختی فرزندانش زحمات زیادی کشید.

مادر مهربانم ،

او که مهربانی و محبت را از چشمانش آموختم؛

او که الهه راستین پاکس، صداقت، صفا و صمیمت است

و شایسته‌ی والاترین ستایش‌ها می‌باشد.

پیچیدگی) و مدیریت دانش در رابطه‌ی بین عدم اطمینان محیطی و نوآوری سازمانی است. جامعه آماری این تحقیق، مجموعه شرکت‌های تولیدی متوسط و بزرگ شهرک‌های صنعتی شهرستان مشهد است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه می‌باشد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل‌یابی معادلات ساختاری و حداقل مربعات جزئی استفاده گردید. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل پرسشنامه‌های توزیعی بین نمونه آماری ۸۹ نفری مدیران ارشد شرکت‌ها که با استفاده از نرم‌افزار PLS صورت پذیرفت؛ نشان داد که رابطه عدم اطمینان محیطی با تمرکز، پیچیدگی و مدیریت دانش و همچنین رابطه پیچیدگی و مدیریت دانش با نوآوری سازمانی معنادار بوده و نقش واسط پیچیدگی و مدیریت دانش نیز معنادار و مورد تایید می‌باشد.

واژگان کلیدی: عدم اطمینان محیطی، ساختار سازمانی، پیچیدگی، رسمیت، تمرکز، مدیریت دانش، نوآوری.

فهرست مطالب

فصل اول: کلیات تحقیق

۲	۱-۱) مقدمه
۲	۱-۲) بیان مسئله و تبیین موضوع
۳	۱-۳) اهمیت و ضرورت تحقیق
۴	۱-۴) اهداف تحقیق
۴	۱-۴-۱) هدف اصلی
۵	۱-۴-۲) اهداف فرعی
۶	۱-۵) فرضیه‌های تحقیق

۷	۶-۱. قلمرو انجام تحقیق
۷	۱-۶-۱) قلمرو مکانی انجام تحقیق
۸	۲-۶-۱) قلمرو زمانی انجام تحقیق
۷	۳-۶-۱) قلمرو موضوعی تحقیق
۷	۷-۱) تعریف واژگان تحقیق
۷	۱-۷-۱) نوآوری
۸	۲-۷-۱) عدم اطمینان محیطی
۸	۳-۷-۱) ابعاد ساختار سازمانی
۸	۴-۷-۱) مدیریت دانش

فصل دوم: ادبیات تحقیق

۱۲	۱-۲) مقدمه
۱۳	۲-۲) مفهوم و تاریخچه‌ی نوآوری
۱۳	۱-۲-۲) نوآوری در کالای جدید
۱۴	۲-۲-۲) نوآوری به صورت کانالی برای تغییر
۱۵	۳-۲-۲) نوآوری در فرآیند
۱۶	۴-۲-۲) نوآوری به صورت ارزش آفرین
۱۷	۳-۲) موضوعات اصلی در نوآوری
۱۸	۴-۲) مدیریت دانش
۱۹	۱-۴-۲) دلایل به کارگیری مدیریت دانش
۱۹	۲-۴-۲) اهداف مدیریت دانش
۲۰	۳-۴-۲) مدل‌های مدیریت دانش
۲۰	۱-۳-۴-۲) مدل بویست
۲۱	۲-۳-۴-۲) مدل براد هُویت
۲۱	۳-۳-۴-۲) مدل نوناکا و تاکه اوچی
۲۲	۴-۳-۴-۲) مدل شش بعدی مدیریت دانش
۲۳	۵-۳-۴-۲) مدل استیو هالس
۲۴	۶-۳-۴-۲) مدل مفهومی مدیریت دانش

۲۵	۵-۲ ساختار سازمانی
۲۷	۱-۵-۲ ابعاد ساختار سازمانی
۲۷	۱-۱-۵-۲ پیچیدگی
۲۸	۲-۱-۵-۲ رسمیت
۲۸	۳-۱-۵-۲ تمرکز
۲۸	۶-۲ عدم اطمینان محیطی
۲۸	۱-۶-۲ تعریف محیط
۲۹	۱-۱-۶-۲ محیط عمومی
۲۹	۲-۱-۶-۲ محیط اختصاصی
۲۹	۲-۶-۲ محیط واقعی در برابر محیط ذهنی
۳۰	۳-۶-۲ عدم اطمینان محیطی
۳۲	۷-۲ مدل مفروض و روابط بین متغیرهای تحقیق
۳۲	۱-۷-۲ عدم اطمینان محیطی و نوآوری سازمانی
۳۲	۲-۷-۲ عدم اطمینان محیطی و مدیریت دانش
۳۳	۳-۷-۲ عدم اطمینان محیطی و ساختار سازمانی
۳۳	۴-۷-۲ مدیریت دانش و نوآوری
۳۴	۵-۷-۲ ابعاد ساختار سازمانی و نوآوری
۳۵	۸-۲ پیشینه تحقیق (مرور مطالعات گذشته)
۳۵	۱-۸-۲ مطالعات داخلی
۳۷	۲-۸-۲ مطالعات خارجی

فصل سوم: روش‌شناسی تحقیق

۴۱	۱-۳ مقدمه
۴۱	۲-۳ روش تحقیق
۴۲	۳-۳ جامعه آماری
۴۲	۴-۳ نمونه آماری
۴۳	۵-۳ روش و ابزار گردآوری داده‌ها
۴۴	۶-۳ روایی و پایایی پرسشنامه
۴۴	۱-۶-۳ روایی پرسشنامه
۴۶	۲-۶-۳ پایایی پرسشنامه
۴۶	۷-۳ شیوه تجزیه و تحلیل داده‌ها

۴۷	۱-۷-۳) روش‌های آزمون آماری
۴۷	۲-۷-۳) مدل‌یابی معادلات ساختاری
۴۷	۳-۷-۳) حداقل مربعات جزئی (PLS) برای مدل ساختاری

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده‌ها و ارائه یافته‌ها

۵۱	۱-۴) یافته‌های توصیفی
۵۱	۱-۱-۴) تجزیه و تحلیل داده‌های جمعیت‌شناختی
۵۱	۱-۱-۱-۴) جنسیت
۵۲	۲-۱-۱-۴) سن
۵۳	۳-۱-۱-۴) تحصیلات
۵۳	۴-۱-۱-۴) نوع صنعت
۵۵	۵-۱-۱-۴) تعداد کارکنان
۵۵	۲-۴) بررسی مدل تحقیق
۵۶	۱-۲-۴) مرحله اول: برازش مدل اندازه‌گیری (مدل بیرونی)
۵۷	۱-۱-۲-۴) کفایت نمونه‌گیری
۵۸	۲-۱-۲-۴) نتایج تحلیل عاملی تاییدی
۶۰	۳-۱-۲-۴) ارزیابی پایایی، روایی و همبستگی متغیرها
۶۱	۲-۲-۴) ارزیابی مدل ساختاری (مدل درونی)
۶۱	۱-۲-۲-۴) تحلیل مسیر
۶۳	۲-۲-۲-۴) ضرایب تعیین
۶۴	۳-۲-۲-۴) شاخص‌های برازندگی
۶۵	۳-۴) بررسی فرضیه‌های تحقیق
۶۶	۱-۳-۴) بررسی فرضیه نخست
۶۶	۲-۳-۴) بررسی فرضیه دوم
۶۷	۳-۳-۴) بررسی فرضیه سوم
۶۷	۴-۳-۴) بررسی فرضیه چهارم
۶۸	۵-۳-۴) بررسی فرضیه پنجم
۶۹	۶-۳-۴) بررسی فرضیه ششم
۷۰	۷-۳-۴) بررسی فرضیه هفتم
۷۱	۴-۴) خلاصه نتایج فرضیه‌ها و مدل پیشنهادی

فصل پنجم: نتیجه گیری

۷۵	۱-۵) مرور کلی تحقیق
۷۶	۲-۵) بحث و نتیجه گیری
۷۹	۳-۵) تحلیل مدل مفهومی پژوهش
۸۱	۴-۵) محدودیت‌ها
۸۱	۱-۴-۵) محدودیت‌های تحقیق
۸۲	۲-۴-۵) محدودیت‌های پژوهشگر
۸۲	۵-۵) پیشنهادهای کاربردی
۸۳	۶-۵) پیشنهادهای پژوهشی

منابع و مأخذ

۸۶	۱) منابع فارسی
۸۷	۲) منابع لاتین

پیوست‌ها

۹۵	پیوست شماره ۱: پرسشنامه تحقیق
۹۹	پیوست شماره ۲: جدول جرسی - مورگان

فهرست جدول‌ها

۱۷	جدول ۱-۲) خلاصه موضوعات در تعاریف نوآوری
۲۷	جدول ۳-۲) مقایسه ویژگی‌های ساختار مکانیک با ارگانیک
۳۱	جدول ۴-۲) محیط‌های چهارگانه و ساختارهای آنها
۴۵	جدول ۱-۳) تحلیل اکتشافی داده‌ها
۴۶	جدول ۲-۳) ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای تحقیق
۵۱	جدول ۱-۴) توزیع فراوانی مدیران ارشد شرکتها
۵۲	جدول ۲-۴) توزیع فراوانی سن مدیران ارشد شرکتها
۵۳	جدول ۳-۴) توزیع فراوانی میزان تحصیلات مدیران ارشد
۵۴	جدول ۴-۴) توزیع فراوانی نوع صنعت شرکت‌های تولیدی متوسط و بزرگ
۵۵	جدول ۵-۴) توزیع فراوانی شرکت‌های تولیدی متوسط و بزرگ
۵۷	جدول ۶-۴) آزمون بارتلت و شاخص KMO برای بررسی کفایت نمونه‌ها
۵۸	جدول ۷-۴) تحلیل عاملی تاییدی
۶۱	جدول ۸-۴) پایایی مرکب و روایی همگرا و روایی پیش‌بین هر یک از متغیرها
۶۲	جدول ۹-۴) ضریب مسیر و معناداری آنها در مدل تحقیق
۶۴	جدول ۱۰-۴) ضرایب تعیین مدل تحقیق
۶۵	جدول ۱۱-۴) شاخص‌های برازندگی مدل تحقیق
۶۶	جدول ۱۲-۴) ضریب مسیر عدم اطمینان محیطی بر نوآوری
۶۶	جدول ۱۳-۴) ضریب مسیر عدم اطمینان محیطی بر نوآوری
۶۷	جدول ۱۴-۴) ضریب مسیر عدم اطمینان محیطی بر ابعاد ساختار سازمانی
۶۸	جدول ۱۵-۴) ضریب مسیر مدیریت دانش بر نوآوری
۶۹	جدول ۱۶-۴) ضریب مسیر ابعاد ساختار سازمانی بر نوآوری
۷۰	جدول ۱۷-۴) نتایج روابط بین عدم اطمینان محیطی با نوآوری با نقش واسط مدیریت دانش
۷۱	جدول ۱۸-۴) نتایج روابط بین عدم اطمینان محیطی با نوآوری با نقش واسط مدیریت دانش
۷۲	جدول ۱۹-۴) نتایج کلی فرضیه‌هایی با روابط مستقیم تحقیق
۷۳	جدول ۲۰-۴) نتایج کلی فرضیه‌هایی با روابط غیر مستقیم (نقش واسط) در تحقیق

فهرست شکل‌ها

۱۷	شکل ۱-۲) مدل ابعاد نوآوری
۲۰	شکل ۲-۲) مدل بویست
۲۱	شکل ۳-۲) چرخه تولید دانش شخصی
۲۱	شکل ۴-۲) مدل تعامل دانش نهفته و آشکار
۲۳	شکل ۵-۲) مدل مدیریت دانش
۲۴	شکل ۶-۲) مدل مبتنی بر فرآیندهای مدیریت دانش
۳۵	شکل ۷-۲) مدل تئوریک تحقیق
۶۳	شکل ۱-۴) مدل معادلات ساختاری و نمودار مسیر
۷۳	شکل ۲-۴) نتیجه نهایی از مدل تحقیق
۷۹	شکل ۱-۵) مدل نهایی تحقیق

فهرست نمودارها

۵۱	نمودار ۱-۴) نمودار فراوانی جنسیت
۵۲	نمودار ۲-۴) نمودار فراوانی سن
۵۳	نمودار ۳-۴) نمودار فراوانی میزان تحصیلات مدیران ارشد
۵۴	نمودار ۴-۴) نمودار فراوانی نوع صنعت شرکت‌های تولیدی متوسط و بزرگ
۵۵	نمودار ۵-۴) نمودار فراوانی شرکت‌های متوسط و بزرگ

فصل اول

کلیات تحقیق

۱-۱) مقدمه

در این فصل به مفاهیم و کلیات تحقیق پرداخته خواهد شد. ابتدا موضوع اصلی تحقیق، ضرورت و اهمیت موضوع بیان می‌گردد؛ یعنی اینکه چرا تحقیق حاضر انجام شده؟ ضرورت و نوآوری انجام این تحقیق در چیست؟ همچنین فرضیه‌های مورد نظر برای موضوع تحقیق بیان گردیده که این فرضیه‌ها شاکله اصلی این تحقیق را تشکیل می‌دهند. در ادامه بحث، قلمرو زمانی، مکانی و موضوعی تحقیق مشخص و اینکه این تحقیق در چه زمانی و در چه مکانی و در چه موضوعی بررسی می‌شود؟ و در پایان تعریفی کلی از واژگان کلیدی مورد استفاده در این تحقیق یعنی؛ عدم اطمینان محیطی، ابعاد ساختار سازمانی، مدیریت دانش و نوآوری سازمانی بیان می‌گردد.

۲-۱) بیان مسئله و تبیین موضوع

اکنون در عصری قرار داریم که مهم‌ترین ویژگی آن عدم اطمینان محیطی، پیچیدگی، جهانی‌سازی و تغییرات فزاینده فناورانه است. موفقیت سازمانی تحت این شرایط، تغییر در فعالیت‌های سازمانی را ضروری می‌سازد. امروزه مهم‌ترین دغدغه اکثر سازمان‌ها، تدوین و پیاده‌سازی استراتژی‌هایی است که موفقیت و بقای آن‌ها را در شرایط متحول و پیچیده محیطی تضمین نماید. در شرایط پیچیده رقابتی امروز، تلاش سازمان‌ها در جهت کاهش زمان توسعه محصولات جدید و نوآورانه به منظور کسب مزایای رقابتی بلندمدت افزایش یافته است، چرا که در سازمان‌های امروزی کسب مزیت رقابتی بلندمدت منوط به نوآوری در تولید و ارائه محصولات و خدمات جدید می‌باشد. کشورها با تکیه بر نوآوری، در پی افزایش بهره‌وری و بهبود وضعیت اقتصادی خود هستند. یکی از دلایل عمده این توجه، وجود رقابت فزاینده بین جوامع است (ادوینسون، ۱۹۹۶). انعطاف‌پذیری و واکنش سریع در برابر شرایط متغیر محیطی، استفاده‌ی بهتر از منابع انسانی و دانش موجود در نزد آن‌ها و همچنین اتخاذ تصمیمات بهتر، دستاورد مدیریت دانش برای سازمان‌های امروزی است. ادبیات مدیریت دانش، نوآوری را به عنوان یک عامل حیاتی برای شرکت‌ها در جهت ایجاد ارزش و حفظ مزیت رقابتی در محیط به شدت پیچیده، نامطمئن و پویای امروزی قلمداد می‌کند (رانجیت، ۲۰۰۴). شرکت‌ها با نوآوری بالاتر در پاسخ به تغییرات محیطی و همچنین گسترش قابلیت‌های جدید که منجر به عملکرد بالاتر می‌شود؛ موفق‌تر خواهند شد. نوآوری یکی از الزامات اساسی توسعه و پیشرفت جوامع، به ویژه در دوره مدرن محسوب می‌شود. این امر بویژه در سطح سازمانی و در حوزه مدیریت حائز اهمیت فراوان

است. بنابراین سازمان‌ها بایستی اقدام به ارزیابی مجدد محصولات، خدمات و عملیات خود نمایند تا فرهنگ نوآوری را به وجود آورند. امروزه به خاطر جهانی شدن و ازدیاد شرکت‌های تولیدی و شدت رقابت، اکثر شرکت‌ها در مواجهه با بازار رقابتی با مشکل مواجه می‌شوند و شرکت‌هایی موفق هستند که نیازهای مشتریان را شناسایی نموده و با توجه نیاز مشتریان و بازار، محصولات و خدمات جدید عرضه نمایند و در این راستا از عوامل کلیدی نوآوری در سازمان‌ها، دانش و آگاهی است که می‌تواند زمینه ساز نوآوری سازمانی باشد. شرکت‌ها برای نوآوری علاوه بر نیاز به مدیریت دانش، نیاز به ساختار سازمانی مناسبی نیز دارند؛ زیرا هر ساختار سازمانی نمی‌تواند زمینه ساز نوآوری باشد. با توجه به اینکه سازمان‌ها با محیط در تعامل هستند و عوامل محیطی مثل تنوع مشتریان، تنوع تامین کنندگان و شدت رقابت می‌تواند بر سازمان اثرگذار باشد (ویلیامسون، ۱۹۸۵)؛ لذا سازمان‌ها برای نوآوری بایستی عوامل محیطی را بشناسند. در حال حاضر یکی از مشکلات شرکت‌های تولیدی در ایران، نداشتن نوآوری کافی در بازار رقابتی به خاطر عدم دسترسی به دانش و منابع انسانی متخصص به فناوری‌های جدید است (فکور و انصاری ۱۳۸۸)؛ دانشی که زمینه ساز نوآوری سازمانی باشد. بنابراین شرکت‌های ایرانی برای موفقیت در بازار و داشتن مزیت رقابتی باید عوامل موثر بر نوآوری سازمانی را بشناسند و زمینه‌های ایجاد نوآوری سازمانی را هموار سازند.

سرمد، بازرگان و حجازی (۱۳۸۶) معتقدند داشتن شرایطی برای مساله تحقیق، مهم و ضروری است؛ از جمله اینکه اگر مساله تحقیق باعث افزایش اعتبار بیرونی تحقیق‌های دیگر گردد و یا منجر به تدوین نظریه شده و دانش جدیدی را تبیین نماید، مساله‌ای مهم بوده و قابل تامل است. در تحقیقی که در تایوان توسط چیچن و پوانگ در سال ۲۰۱۱ انجام شده به روابط بین عدم اطمینان محیطی، ساختار سازمانی و قابلیت مدیریت دانش پرداخته شده و معنی‌دار بودن روابط آن‌ها اثبات گردیده است. در تحقیق یاد شده پیشنهاد انجام تحقیق در یک کشور دیگر با فرهنگ متفاوت داده شده که در این راستا تحقیق حاضر در صدد شناسایی بهتر روابط بین این متغیرها می‌باشد البته با اضافه نمودن نوآوری سازمانی که مشارکت پژوهش حاضر در تحقیقات پیشین و توسعه آنها صورت می‌گیرد.

در این تحقیق رابطه بین نوآوری و عدم اطمینان محیطی با نقش واسط ساختار سازمانی و مدیریت دانش بررسی می‌شود. عوامل موثر بر نوآوری سازمانی، مدیریت دانش در سازمان و ساختار سازمانی مناسب و عدم اطمینان محیطی می‌باشد که روابط این متغیرها در تحقیقات قبلی با در نظر گرفتن نقش واسط ساختار سازمانی و مدیریت دانش تا جایکه محقق بررسی نموده؛ مطالعه نشده است که می‌تواند از بدیع بودن این تحقیق محسوب شود.

۳-۱) اهمیت و ضرورت تحقیق

در سال‌های اخیر نظریه پردازان سازمانی و مدیران به موضوع نوآوری توجه زیادی نموده‌اند (دراکر، ۱۹۸۵) و ارتباط بین محیط و نوآوری از اهمیت خاصی برخوردار بوده است؛ در یک محیط ناپایدار، ترجیحات مشتریان و در نتیجه محصولات شرکت‌ها به سرعت تغییر می‌کند (برنز، ۱۹۹۴). یکی از چالش‌های مهم سازمان‌های امروزی در مواجهه با عدم اطمینان محیطی،

پاسخ مناسب به آن و سازگاری است. در پاسخ به این تلاش‌ها، نظریه‌پردازان تلاش نموده‌اند تا ویژگی‌ها و خصوصیات ویژه سازمان‌ها را بشناسند که در یک محیط در حال تغییر، بیشتر مناسب باشد (برنز، ۱۹۶۴). یکی از راه‌های پاسخگویی به این تغییرات، نوآوری است. در قلب مدیریت دانش باید نوآوری را جستجو کرد؛ زیرا مزیت رقابتی پایدار در نوآوری پنهان است. لذا سازمان بایستی جوی را به وجود آورد که تبادل آشکار دانش و نوآوری در آن مورد تایید قرار گیرد به گونه‌ای که کارکنان تمایل بیشتری برای تبادل دانش نوین خود با یکدیگر و نیز کاربرد آن داشته باشند (دهقان، ۱۳۸۸). شرکت‌ها برای بالابردن مزیت رقابتی بایستی عوامل محیطی را خوب بشناسند و تاثیر عدم اطمینان محیطی بر مدیریت دانش و ساختار سازمانی را درک نمایند که به نوبه خود بر نوآوری تاثیرگذار هستند (ویلیامسون، ۱۹۷۵). نوآوری دست کم برای جامعه فوایدی دارد که از آن جمله می‌توان به افزایش رشد اقتصادی، افزایش بهره‌وری و به وجود آمدن فناوری، کالاها و خدمات جدید برشمرد (باقریزاده، ۱۳۷۸). علی‌رغم اهمیت این عوامل در بهبود نوآوری سازمان‌ها، یک شکاف تحقیقاتی وجود دارد و تحقیقات منظم و تجربی برای درک عمیق‌تر و اثبات این ادعا به خصوص در محیط ایرانی کمتر انجام شده است. نتایج بدست آمده از چنین پژوهشی توجه مدیران و پژوهشگران سازمانی را به ابعادی که اهمیت بیشتری دارند؛ جلب خواهد کرد و با شناخت متغیرهای عدم اطمینان محیطی یعنی ویژگی‌های فناوری، تنوع تامین کنندگان، تنوع نیازهای مشتریان، شدت رقابت و تعداد شرکای تجاری (چیچن، چوانگ و تو، ۲۰۱۱) و تاثیر آن بر نوآوری، در راستای بهبود نوآوری گام برخواهند داشت. اهمیت نوآوری در این است که سبب کسب مزیت رقابتی و همچنین حفظ و موفقیت شرکت‌ها در بازار می‌شود که با آن، شرکت‌ها توانمندی‌هایی که کسب می‌کنند موجب توسعه صنعتی و اقتصادی، کمک به توزیع عادلانه‌ی درآمد، اشتغال‌زایی، تسریع توسعه صنعتی در نقش اعمار صنایع بزرگ و ایجاد ارزش افزوده می‌گردد (آقداوود، حاتمی و حکیمی نیا، ۱۳۸۹). این تحقیق درصدد برآورد چنین نیازهایی می‌باشد.

۳-۱) اهداف تحقیق

اهداف تحقیق شامل دو گروه اهداف اصلی و اهداف فرعی می‌باشد.

۱-۴-۱) هدف اصلی

هدف اصلی از انجام تحقیق به شرح ذیل عنوان می‌گردد:

- بررسی رابطه میان عدم اطمینان محیطی با نوآوری سازمانی شرکت‌های تولیدی متوسط و بزرگ شهرستان مشهد.

۱-۴-۲) اهداف فرعی

- ۱- بررسی رابطه‌ی میان عدم اطمینان محیطی و مدیریت دانش.
- ۲- بررسی رابطه بین عدم اطمینان محیطی با ابعاد ساختار سازمانی (رسمیت، تمرکز و پیچیدگی).
- ۳- بررسی رابطه‌ی میان مدیریت دانش و نوآوری سازمانی شرکت‌های متوسط و بزرگ شهرستان مشهد.
- ۴- بررسی رابطه میان ابعاد ساختار سازمانی (رسمیت، پیچیدگی و تمرکز) و نوآوری سازمانی شرکت‌های متوسط و بزرگ شهرستان مشهد.
- ۵- بررسی نقش واسط مدیریت دانش در رابطه‌ی بین عدم اطمینان محیطی و نوآوری سازمانی شرکت‌های متوسط و بزرگ شهرستان مشهد.
- ۶- بررسی نقش واسط ابعاد ساختار سازمانی (رسمیت، تمرکز و پیچیدگی) در رابطه‌ی بین عدم اطمینان محیطی و نوآوری سازمانی شرکت‌های متوسط و بزرگ شهرستان مشهد.

۱-۵) فرضیه‌های تحقیق

- فرضیه ۱- عدم اطمینان محیطی تاثیر معناداری بر نوآوری سازمانی شرکت‌های متوسط و بزرگ شهرستان مشهد دارد.
- فرضیه ۲- عدم اطمینان محیطی بر مدیریت دانش، اثر معنی‌داری دارد.
- فرضیه ۳- عدم اطمینان محیطی بر ابعاد ساختار سازمانی (رسمیت، تمرکز و پیچیدگی) شرکت‌های متوسط و بزرگ شهرستان مشهد، اثر معنی‌داری دارد.
- ۱-۳. بین عدم اطمینان محیطی با تمرکز سازمانی شرکت‌های متوسط و بزرگ شهرستان مشهد رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.
- ۲-۳. بین عدم اطمینان محیطی و رسمیت سازمانی شرکت‌های متوسط و بزرگ شهرستان مشهد رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.

۳-۳. بین عدم اطمینان محیطی و پیچیدگی سازمانی شرکت‌های متوسط و بزرگ شهرستان مشهد رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.

فرضیه ۴- بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی شرکت‌های تولیدی متوسط و بزرگ شهرستان مشهد رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.

فرضیه ۵- بین ابعاد ساختار سازمانی (رسمیت، تمرکز، پیچیدگی) و نوآوری سازمانی شرکت‌های متوسط و بزرگ شهرستان مشهد رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.

۱-۵) بین پیچیدگی سازمانی و نوآوری سازمانی شرکت‌های متوسط و بزرگ شهرستان مشهد رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.

۲-۵) بین رسمیت سازمانی و نوآوری سازمانی شرکت‌های متوسط و بزرگ شهرستان مشهد رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.

۳-۵) بین تمرکز سازمانی و نوآوری سازمانی شرکت‌های متوسط و بزرگ شهرستان مشهد رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.

فرضیه ۶- مدیریت دانش رابطه بین عدم اطمینان محیطی و نوآوری سازمانی شرکت‌های متوسط و بزرگ شهرستان مشهد را واسطه‌گری می‌کند.

فرضیه ۷- ابعاد ساختار سازمانی (رسمیت، تمرکز و پیچیدگی)، نقش واسطی در رابطه بین عدم اطمینان محیطی و نوآوری سازمانی شرکت‌های تولیدی متوسط و بزرگ شهرستان مشهد می‌باشد.

۱-۷) تمرکز سازمانی رابطه‌ی بین عدم اطمینان محیطی و نوآوری سازمانی شرکت‌های تولیدی متوسط و بزرگ شهرستان مشهد را واسطه‌گری می‌کند.

۲-۷) رسمیت سازمانی رابطه‌ی بین عدم اطمینان محیطی و نوآوری سازمانی شرکت‌های تولیدی متوسط و بزرگ شهرستان مشهد را واسطه‌گری می‌کند.

۳-۷) پیچیدگی سازمانی رابطه‌ی بین عدم اطمینان محیطی و نوآوری سازمانی شرکت‌های تولیدی متوسط و بزرگ شهرستان مشهد را واسطه‌گری می‌کند.

۶-۱) قلمرو تحقیق

قلمرو تحقیق شامل قلمرو مکانی، قلمرو زمانی و قلمرو موضوعی انجام تحقیق می‌باشد که بطور مختصر توضیح داده خواهد شد.

۱-۶-۱) قلمرو مکانی تحقیق

این پژوهش در شرکت‌های تولیدی متوسط و بزرگ واقع در شهرک‌های صنعتی شهرستان مشهد انجام پذیرفت.

۲-۶-۱) قلمرو زمانی تحقیق

این پژوهش مربوط به نیمه دوم سال تحصیلی ۹۱-۹۰ و نیمه اول سال تحصیلی ۹۱-۹۲ انجام پذیرفت.

۳-۷-۱) قلمرو موضوعی تحقیق

در این تحقیق رابطه بین عدم اطمینان محیطی و نوآوری سازمانی شرکت‌های تولیدی متوسط و بزرگ شهرستان مشهد با نقش واسط مدیریت دانش و ساختار سازمانی (رسمیت، پیچیدگی و تمرکز) بررسی می‌شود.

۷-۱) تعریف واژگان تحقیق

در این تحقیق، واژگان کلیدی شامل نوآوری، عدم اطمینان محیطی، ابعاد ساختار سازمانی (رسمیت، تمرکز و پیچیدگی) و مدیریت دانش می‌باشد که به طور مختصر تعریف آنها ارائه گردیده است.

۱-۷-۱) نوآوری

عملی کردن اندیشه‌های نو و بدیع که از خلاقیت ناشی می‌شود. در واقع، نوآوری تبدیل خلاقیت و ایده‌های نو به عمل و نتیجه است. اکثر نوآوری‌ها از جستجوی آگاهانه و هدفمند به دنبال فرصت‌های جدید حاصل می‌شود و این فرآیند با تحلیل این فرصت‌ها آغاز می‌شود (کوراتکو و هوگتس، ۲۰۰۱).

همچنین، نوآوری یعنی ایجاد محصول یا فرآیند جدید به منظور افزایش رقابت پذیری و سودآوری کلی مبتنی بر احتیاجات و نیازمندی‌های مشتری (لیندر و همکاران، ۲۰۰۳).

از نظر تعریف عملیاتی منظور از نوآوری در این تحقیق، نوآوری در محصول و فرآیند می‌باشد.

۱-۷-۲) عدم اطمینان محیطی

عدم اطمینان محیطی، نوعی ناتوانی در پیش‌بینی نتایج احتمالی یک تصمیم است (دونی، ۱۹۷۵). همچنین، عدم اطمینان محیطی، فقدان اطلاعات درباره‌ی روابط علی و معلولی می‌باشد (لارنس و لورش، ۱۹۶۷). محیط‌ها بر اساس عدم اطمینان محیطی نسبت به هم متفاوتند. برخی سازمان‌ها با محیط‌های نسبتاً ایستا (مانند تغییرات محیطی کم، تغییرات تکنولوژیکی کم...) و برخی از سازمان‌ها با محیط‌های پویا مواجه‌اند (تغییرات مقررات دولتی، ظهور رقبای جدید، تغییرات مرتب سلیقه مشتریان نسبت به محصولات) (رایبیز، ۱۹۴۳).

از نظر تعریف عملیاتی ابعاد در نظر گرفته شده برای سنجش عدم اطمینان محیطی در این تحقیق، تنوع رقبا، شدت رقابت، تنوع تامین‌کنندگان، تنوع نیازهای مشتریان و شرکای تجاری مدنظر می‌باشد.

۱-۷-۳) ابعاد ساختار سازمانی

ساختار سازمانی تصریح می‌کند که وظایف، چگونه تشخیص داده شوند؛ چه شخصی به چه کسی گزارش دهد و سازوکارهای هماهنگی رسمی و همچنین تعاملی سازمان که باید رعایت شوند؛ کدامند و از عنصر پیچیدگی، رسمیت و تمرکز تشکیل شده است (رایبیز، ۱۹۴۳).

الف) پیچیدگی: نشاندهنده حدود تفکیک درون سازمان می‌باشد. همچنین میزان تخصص‌گرایی، تقسیم کار، تعداد سطوح در سلسله مراتب سازمان و پراکندگی حد و حدود واحدهای سازمان را نشان می‌دهد (رایبیز، ۱۹۴۳).

ب) رسمیت: حدی که یک سازمان برای جهت‌دهی رفتار کارکنان خود، به قوانین، مقررات و رویه‌ها متکی می‌باشد (رایبیز، ۱۹۴۳).

ج) تمرکز: سومین شاخص ساختار سازمانی است. بیشتر نظریه پردازان توافق دارند که تمرکز به حدی که یک تصمیم‌گیری (مالی، نیروی انسانی، برنامه و موارد استثنایی سازمان) در یک نقطه متمرکز شده است؛ اشاره دارد. در کنار آن فعالیت‌های جانبی تصمیم‌گیری را نیز تحت تاثیر قرار می‌دهد. بُعد تمرکز، تعیین‌کننده‌ی اشخاصی است که در سازمان از حق تصمیم‌گیری برخوردارند. در یک سازمان متمرکز، مدیران ارشد و آن‌هایی که در راس سازمان قرار دارند؛ از حق تصمیم‌گیری برخوردار می‌باشند (رایبیز، ۱۹۴۳).

از نظر تعریف عملیاتی ساختار سازمانی در این تحقیق، در سه بعد پیچیدگی، رسمیت و تمرکز مورد بررسی قرار خواهد گرفت.