

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
مَنْ مَرَّ بِهَذَا
مَرْجَلٍ مِنْ جَنَّةِ
الْجَنَّةِ يَوْمَئِذٍ
مِثْلَ نَجْمٍ سَاطِعٍ
فِي لَيْلٍ مُبِينٍ
مِثْلَ نَجْمٍ سَاطِعٍ
فِي لَيْلٍ مُبِينٍ



دانشگاه سمنان

دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری

پایان نامه جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد MBA

عنوان:

بررسی تاثیر استراتژی‌های کسب و کار و استراتژی‌های

مدیریت دانش بر توزیع دانش جهت بهبود عملکرد

نوآورانه (مورد مطالعه: شرکت‌های قطعه‌سازی خودرو

تبریز)

استاد راهنما:

دکتر داود فیض

استاد مشاور:

دکتر محسن شفیعی نیک آبادی

پژوهشگر:

فرزین پور تیمور فرد تبریزی

شهریور ۱۳۹۳



دانشگاه سمنان
دانشکده اقتصاد، مدیریت
و علوم اداری

با سر تعالی

شماره
تاریخ
پیوست

صور تجلسه دفاع

با نام و یاد خدای سبحان، جلسه دفاع از پایان نامه کارشناسی ارشد آقا/خانم: فرزین پور تیمور فرد تبریزی

به شماره دانشجویی: ۹۱۱۱۳۶۲۰۰۴ در رشته: MBA

گرایش: استراتژیک به میزان: ۶ واحد

با عنوان: بررسی تاثیر استراتژی های کسب و کار استراتژی های مدیریت دانش بر توزیع دانش در جهت بهبود عملکرد نوآورانه

در حضور استاد راهنما، استاد مشاور و هیات داوران در دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری در روز شنبه تاریخ ۹۳/۷/۱۴ برگزار شد، در این جلسه، پایان نامه با موفقیت مورد دفاع قرار گرفت.

نامبرده نمره ۱۹٫۲۵ با درجه نوبت بدست گرفت. دریافت نمود.

راهنما: داود فیض

مشاور: محسن شفیعی نیکابادی

داور داخلی/خارجی: علی محمد جباری استگار

داور داخلی/خارجی: یونس وکیل الرعایا

مسئول تحصیلات تکمیلی دانشکده

دکتر مرتضی ملکی

رئیس دانشکده
دکتر مجید مداح

سمنان یکمتر ۵ جاوه دامغان

پردیس شماره ۱

تلفن: ۰۲۳۱-۳۳۵۳۰۷۸

تلفن: ۰۲۳۱-۳۳۵۴۱۰۹

(داخلی) ۱۳۷۲

کلیه حقوق مادی و معنوی مترتب بر نتایج مطالعات، ابتکارات و نوآوری‌های ناشی از تحقیق موضوع این پایان نامه متعلق به دانشگاه سمنان بوده و انتشار یا استفاده از آن بدون مجوز دانشگاه سمنان پیگرد قانونی دارد.

تعهد نامه ***

اینجانب فرزین پور تیمور فرد تبریزی دانشجوی کارشناسی ارشد MBA دانشگاه سمنان، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری گروه مدیریت بازرگانی تعهد می نمایم که محتوای این پایان نامه نتیجه تلاش و تحقیقات خود بوده و از هیچ منبعی کپی برداری نشده و به پایان رسانیدن آن نتیجه تلاش و مطالعات مستمر اینجانب و راهنمایی و مشاوره اساتید محترم بوده است. در صورت اثبات خلاف مندرجات فوق، به تشخیص دانشگاه مطابق با ضوابط و مقررات حاکم (قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان و قانون ترجمه و تکثیر کتب و نشریات و آثار صوتی، ضوابط و مقررات آموزشی، پژوهشی و انضباطی ...) با اینجانب رفتار خواهد شد و حق هرگونه اعتراض در خصوص احقاق حقوق مکسب و تشخیص و تعیین تخلف و مجازات را از خویش سلب می نمایم. در ضمن، مسئولیت هرگونه پاسخگویی به اشخاص اعم از حقیقی و حقوقی و مراجع ذی صلاح (اعم از اداری و قضایی) به عهده اینجانب خواهد بود و دانشگاه هیچگونه مسئولیتی در این خصوص نخواهد داشت.

امضاء

فرزین پور تیمور فرد تبریزی

تاریخ: ۱۳۹۳ / ۰۶ / ۲۵

ماحصل آموخته‌هایم را تقدیم می‌کنم:

به روح پر فوج عمومی شهیدم: عباسعلی پور تیمور فرد تبریزی که با خون پاکشان، پرچم اسلام را افزاشه‌تر کردند.

تقدیم به پدر و مادرم:

به پاس تعبیر عظیم و انسانی‌شان از کلمه‌ایثار و از خودگذشتگان

به پاس عاطفه سرشار و گرمای امید بخش وجودشان که در این سردترین روزگار ان بهترین پشتیبان است

به پاس قلب‌های بزرگشان که فریادرس است و سرگردانی و ترس درناشان به شجاعت می‌کراید

و به پاس محبت‌های بی‌دینشان که هرگز فروکش نمی‌کند

آن دو فرشته‌ای که از خواسته‌هایشان گذشتند، سختی‌ها را به جان خریدند و خود را سپرهای مشکلات و ناملایمات کردند تا من

به جایگاهی که اکنون در آن ایستاده‌ام برسم. نه می‌توانم موایشان را که در راه عزت من سفید شد، سیاه کنم و نه برای

دست‌های پینه‌بسته‌شان که شمره تلاش برای افتخار من است، مرهمی دارم

تقدیم به خواهرم:

که وجودش شادی بخش و صفایش مایه آرامش من است.

مشکر و قدردانی

مشکر و سپاس بی پایان مخصوص خدای است که بشر را آفریده و به او قدرت اندیشیدن داده و توانایی های بالقوه را در وجود انسان قرار داده و او را امر به تلاش و کوشش نموده و راهنمایی را برای هدایت بشر فرستاده است.

پس از ارادت خاضعانه به درگاه خداوند بی همتا لازم است از استاد بزرگوارم جناب آقای دکتر داود فیض و همچنین استاد ارجمند جناب آقای دکتر محسن شفیعی نیک آبادی به خاطر رهنمودهای دلسوزانه که در تهیه این پروژه مرا مورد لطف خود قرار دادند و راهنمایی های لازم را نمودند مشکر و قدردانی را دارم.

از اساتید محترم آقایان دکتر رستگار و دکتر وکیل الرحایا که زحمت نظارت و داوری پایان نامه را به عهده گرفتند، مشکر می نمایم. در پایان مشکر بنده تقدیم سرکار خانم دکتر لاله جمشیدی می گردد که صادقانه تجربیات ارزشمندشان را در اختیار من گذاشتند. موفقیت همگان را از درگاه احدیت خواهانم.....

چکیده

هدف پژوهش حاضر، بررسی تأثیر استراتژی‌های کسب و کار و استراتژی‌های مدیریت دانش بر توزیع دانش در جهت بهبود عملکرد نوآورانه می‌باشد. این پژوهش از نوع کاربردی با روش توصیفی همبستگی - پیمایشی است. جامعه‌ی آماری پژوهش، مدیران و کارشناسان شرکت‌های قطعه‌سازی خودرو در شهر تبریز می‌باشند. برای سنجش متغیرهای پژوهش از ۴ پرسشنامه با طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت استفاده شده که با استفاده از جدول مورگان، تعداد حجم نمونه ۱۸۶ نفر برآورد شد و روش نمونه‌گیری تصادفی ساده بود. در این تحقیق از روش آلفای کرونباخ برای بررسی پایایی استفاده شده است که مقدار آلفای کرونباخ ۰,۹۵۹ بدست آمد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از تحلیل عاملی تاییدی و معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج نشان داد که بین استراتژی‌های کسب و کار و استراتژی‌های مدیریت دانش، بین استراتژی‌های مدیریت دانش و توزیع دانش و همچنین بین توزیع دانش و عملکرد نوآورانه رابطه‌ی معناداری وجود دارد، اما بین استراتژی‌های کسب و کار و توزیع دانش رابطه‌ی مستقیم و معنادار وجود ندارد. می‌توان استنباط کرد که توزیع موثر دانش، تحت تاثیر سلسله مراتب استراتژی‌ها است به طوری که استراتژی‌های کسب و کار بر استراتژی‌های مدیریت دانش اثر گذاشته و استراتژی‌های مدیریت دانش است که توزیع هدفمند و موثر دانش را جهت دهی و هدایت می‌نماید و نقش میانجی بین استراتژی‌های کسب و کار و توزیع دانش را بر عهده دارد. در نهایت هم، توزیع دانش منجر به بهبود عملکرد نوآورانه می‌شود.

کلمات کلیدی: استراتژی‌های کسب و کار، استراتژی‌های مدیریت دانش، توزیع دانش، عملکرد

نوآورانه، شرکت‌های قطعه‌سازی خودرو

فهرست

فصل اول - کلیات پژوهش

۱-۱- مقدمه	۲
۲-۱- بیان مسئله	۳
۳-۱- اهمیت و ضرورت پژوهش	۵
۴-۱- سؤال های پژوهش	۷
۵-۱- فرضیات پژوهش	۷
۶-۱- اهداف پژوهش	۸
۷-۱- جامعه آماری	۸
۸-۱- نمونه آماری پژوهش	۸
۹-۱- قلمرو پژوهش	۹
۱۰-۱- تعاریف مفهومی و عملیاتی متغیر های پژوهش	۹
تعریف مفهومی استراتژی های کسب و کار	۹
تعریف عملیاتی استراتژی های کسب و کار	۱۰
تعریف مفهومی استراتژی های مدیریت دانش	۱۰
تعریف عملیاتی استراتژی های مدیریت دانش	۱۰
تعریف مفهومی توزیع دانش	۱۱
تعریف عملیاتی توزیع دانش	۱۱
تعریف مفهومی عملکرد نوآورانه	۱۱
تعریف عملیاتی عملکرد نوآورانه	۱۱
۱۱-۱- ساختار فصول پایان نامه	۱۲

فصل دوم- مروری بر ادبیات و پیشینه تحقیق

- ۱-۲-۱- مقدمه..... ۱۴
- ۲-۲-۲- مبانی نظری پژوهش..... ۱۵
- ۱-۲-۲-۱- استراتژی..... ۱۵
- ۲-۲-۲- استراتژی های کسب و کار مایلز و اسنو..... ۱۷
- ۳-۲-۲- مولفه های استراتژی های کسب و کار..... ۲۰
- ۱-۳-۲-۲- تدافعی..... ۲۰
- ۲-۳-۲-۲- پیشگامی..... ۲۱
- ۳-۳-۲-۲- تحلیلگری..... ۲۲
- ۴-۳-۲-۲- واکنشی..... ۲۳
- ۴-۲-۲- مدیریت دانش..... ۲۴
- ۵-۲-۲- استراتژی های مدیریت دانش..... ۲۵
- ۶-۲-۲- مولفه های استراتژی های مدیریت دانش..... ۲۷
- ۲-۶-۲-۲- دانش داخلی و دانش خارجی..... ۲۸
- ۷-۲-۲- توزیع دانش..... ۲۸
- ۸-۲-۲- نوآوری..... ۳۲
- ۹-۲-۲- عملکرد نوآورانه..... ۳۳
- ۱۰-۲-۲- مولفه های عملکرد نوآورانه..... ۳۵
- ۱-۱۰-۲-۲- نوآوری محصول..... ۳۵
- ۲-۱۰-۲-۲- نوآوری بازار..... ۳۶
- ۳-۱۰-۲-۲- نوآوری فرایند..... ۳۶
- ۴-۱۰-۲-۲- نوآوری رفتاری..... ۳۷
- ۵-۱۰-۲-۲- نوآوری استراتژیک..... ۳۸
- ۳-۲-۳- پژوهش های پیشین..... ۳۹

۳۹ پژوهش های انجام شده در داخل کشور.....
۴۶ چارچوب مفهومی و ارائه مدل پژوهش.....
۴۶ رابطه ی استراتژی های کسب و کار و استراتژی های مدیریت دانش.....
۴۸ رابطه ی استراتژی و توزیع دانش.....
۴۹ رابطه ی توزیع دانش و نوآوری.....
۵۲ جمع بندی.....

فصل سوم - روش شناسی پژوهش

۵۴ مقدمه.....
۵۴ روش پژوهش.....
۵۵ جامعه آماری.....
۵۶ روش نمونه گیری و حجم نمونه.....
۵۶ ابزار گردآوری اطلاعات.....
۵۷ اجزای پرسشنامه.....
۵۹ روایی پرسشنامه.....
۵۹ پایایی پرسشنامه.....
۶۰ روش های تجزیه و تحلیل دادهها.....
۶۱ مدل معادلات ساختاری.....
۶۲ جمع بندی.....

فصل چهارم - تجزیه و تحلیل داده ها

۶۴ مقدمه.....
۶۴ توصیف متغیرهای جمعیت شناختی.....
۶۵ سن.....
۶۶ میزان تحصیلات.....

۶۷ سابقه کار..... ۳-۲-۴
۶۸ جنسیت..... ۴-۲-۴
۶۹ پست سازمانی..... ۵-۲-۴
۷۰ آمار استنباطی..... ۳-۳-۴
۷۰ ۱-۳-۴- آزمون نرمال بودن متغیرهای پژوهش.....
۷۱ ۲-۳-۴- کفایت نمونه گیری داده ها.....
۷۲ ۳-۳-۴- تحلیل عاملی تاییدی متغیرهای تحقیق.....
۷۳ ۱-۳-۳-۴- تحلیل عاملی مرتبه اول توزیع دانش.....
۷۵ ۲-۳-۳-۴- تحلیل عاملی مرتبه اول استراتژی های کسب و کار.....
۷۷ ۳-۳-۳-۴- تحلیل عاملی مرتبه دوم استراتژی های کسب و کار.....
۸۰ ۴-۳-۳-۴- تحلیل عاملی مرتبه اول استراتژی های مدیریت دانش.....
۸۲ ۴-۳-۳-۴- تحلیل عاملی مرتبه دوم استراتژی های مدیریت دانش.....
۸۴ ۵-۳-۳-۴- تحلیل عاملی مرتبه اول عملکرد نوآورا نه.....
۸۶ ۶-۳-۳-۴- تحلیل عاملی مرتبه دوم عملکرد نوآورا نه.....
۸۸ ۴-۳-۴- بررسی وضعیت متغیرهای تحقیق.....
۸۹ ۵-۳-۴- همبستگی متغیرهای پژوهش.....
۹۳ ۶-۳-۴- هم خطی بین متغیرها.....
۹۴ ۷-۳-۴- معادلات ساختاری.....
۹۷ ۴-۴- جمع بندی.....

فصل پنجم - نتیجه گیری و پیشنهادات

۹۹ ۱-۵- مقدمه.....
۱۰۰ ۲-۵- یافته های پژوهش.....
۱۰۰ ۱-۲-۵- نتایج آمار توصیفی.....
۱۰۱ ۲-۲-۵- وضعیت شرکتهای قطعه سازی خودرو.....

- ۱۰۲.....۳-۲-۵ نتایج حاصل از تحلیل عامل تأییدی و تحلیل همبستگی
- ۱۰۴.....۴-۲-۵ نتایج حاصل از آزمون فرضیات پژوهش
- ۱۰۶.....۳-۵ بحث و نتیجه گیری
- ۱۱۰.....۴-۵ پیشنهاد های کاربردی
- ۱۱۳.....۵-۵ پیشنهاد هایی برای تحقیقات آتی
- ۱۱۳.....۶-۵ محدودیت های پژوهش
- ۱۱۴.....۷-۵ جمع بندی

فهرست منابع

- ۱۱۶.....منابع فارسی
- ۱۱۸.....منابع لاتین

پیوست ها

- ۱۲۷.....پرسشنامه
- ۱۳۰.....خروجی نرم افزار لیزرل
- ۱۴۹.....خروجی های نرم افزار Spss

فهرست جداول

- جدول ۱-۲) شاخص های استراتژی کسب و کار (مایلز و اسنو)..... ۱۹
- جدول ۲-۲) شاخص های استراتژی های مدیریت دانش (شفیعی نیک آبادی و زمانلو)..... ۲۶
- جدول ۳-۳) سؤالات مربوط به هر متغیر..... ۵۸
- جدول ۱-۳) طیف لیکرت ۵۸
- جدول ۲-۳) طیف لیکرت ۵۹
- جدول ۴-۳) ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای پژوهش..... ۶۰
- جدول ۱-۴) توزیع فراوانی آزمودنیها بر اساس سن ۶۵
- جدول ۲-۴) توزیع فراوانی آزمودنی ها بر اساس میزان تحصیلات..... ۶۶
- جدول ۳-۴) توزیع فراوانی آزمودنی ها بر اساس میزان سابقه کار..... ۶۷
- جدول ۴-۴) توزیع فراوانی آزمودنی ها بر اساس جنسیت ۶۸
- جدول ۵-۴) توزیع فراوانی آزمودنی ها بر اساس پست سازمانی ۶۹
- جدول ۶-۴) آزمون کلموگروف-اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن داده ها..... ۷۱
- جدول ۷-۴) آماره های اطمینان متغیرهای پژوهش..... ۷۲
- جدول ۸-۴) علایم اختصاری..... ۷۳
- جدول ۹-۴) شاخص های برازش تحلیل عاملی مرتبه اول توزیع دانش..... ۷۴
- جدول ۱۰-۴) شاخص های برازش تحلیل عاملی مرتبه اول استراتژی های کسب و کار..... ۷۶
- جدول ۱۱-۴) شاخص های برازش تحلیل عاملی مرتبه دوم اصلاح شده استراتژی های کسب و کار..... ۷۸
- جدول ۱۲-۴) شاخص های برازش تحلیل عاملی مرتبه اول استراتژی های مدیریت دانش..... ۸۱
- جدول ۱۳-۴) شاخص های برازش تحلیل عاملی مرتبه دوم استراتژی های مدیریت دانش..... ۸۳
- جدول ۱۴-۴) شاخص های برازش تحلیل عاملی مرتبه اول عملکرد نوآورانه..... ۸۵

- جدول ۴-۱۵) شاخص های برازش تحلیل عاملی مرتبه دوم عملکرد نوآوران..... ۸۷
- جدول ۴-۱۶) آزمون تی تک نمونه ای متغیرها..... ۸۹
- جدول ۴-۱۷) ماتریس همبستگی بین متغیرها و ابعاد پژوهش..... ۹۲
- جدول ۴-۱۸) بررسی عدم هم خطی بین متغیرهای موجود در مدل پژوهش..... ۹۳
- جدول ۴-۱۹) شاخص های برازش معادلات ساختاری..... ۹۵
- جدول ۴-۲۰) نتیجه فرضیات پژوهش..... ۹۶

فهرست اشکال و نمودارها

- شکل ۱-۲) پیوستار انواع استراتژی از دیدگاه مایلز و اسنو (تیموری و آبرومند، ۱۳۸۸)..... ۱۹
- نمودار ۱-۴) توزیع درصد فراوانی آزمودنی ها بر اساس سن..... ۶۵
- نمودار ۲-۴) توزیع درصد فراوانی آزمودنی ها بر اساس تحصیلات..... ۶۶
- نمودار ۳-۴) توزیع درصد فراوانی آزمودنی ها بر اساس سابقه کار..... ۶۷
- نمودار ۴-۴) توزیع درصد فراوانی آزمودنی ها بر اساس جنسیت..... ۶۸
- نمودار ۵-۴) توزیع درصد فراوانی آزمودنی ها بر اساس پست سازمانی..... ۶۹
- نمودار ۷-۴) ضرایب تخمین استاندارد تحلیل عاملی تاییدی مرتبه اول توزیع دانش..... ۷۴
- نمودار ۸-۴) اعداد معناداری تحلیل عاملی تاییدی مرتبه اول توزیع دانش..... ۷۵
- نمودار ۹-۴) ضرایب تخمین استاندارد تحلیل عاملی تاییدی مرتبه اول استراتژی های کسب و کار..... ۷۶
- نمودار ۱۰-۴) اعداد معناداری تحلیل عاملی تاییدی مرتبه اول استراتژی های کسب و کار..... ۷۷
- نمودار ۱۱-۴) ضرایب تخمین استاندارد تحلیل عاملی تاییدی مرتبه دوم استراتژی های کسب و کار..... ۷۸
- نمودار ۱۲-۴) اعداد معناداری تحلیل عاملی تاییدی مرتبه دوم استراتژی های کسب و کار..... ۷۹
- نمودار ۱۳-۴) ضرایب تخمین استاندارد تحلیل عاملی تاییدی مرتبه دوم اصلاح شده استراتژی های کسب و کار..... ۷۹
- نمودار ۱۴-۴) اعداد معناداری تحلیل عاملی تاییدی مرتبه دوم اصلاح شده استراتژی های کسب و کار..... ۸۰
- نمودار ۱۵-۴) ضرایب تخمین استاندارد تحلیل عاملی تاییدی مرتبه اول استراتژی های مدیریت دانش..... ۸۱
- نمودار ۱۶-۴) اعداد معناداری تحلیل عاملی تاییدی مرتبه اول استراتژی های مدیریت دانش..... ۸۲
- نمودار ۱۷-۴) ضرایب تخمین استاندارد تحلیل عاملی تاییدی مرتبه دوم استراتژی های مدیریت دانش..... ۸۳
- نمودار ۱۸-۴) اعداد معناداری تحلیل عاملی تاییدی مرتبه دوم استراتژی های مدیریت دانش..... ۸۴
- نمودار ۱۹-۴) ضرایب تخمین استاندارد تحلیل عاملی تاییدی مرتبه اول عملکرد نوآورانه..... ۸۵
- نمودار ۲۰-۴) ضرایب تخمین استاندارد تحلیل عاملی تاییدی مرتبه اول عملکرد نوآورانه..... ۸۶
- نمودار ۲۱-۴) ضرایب تخمین استاندارد تحلیل عاملی تاییدی مرتبه دوم عملکرد نوآورانه..... ۸۷
- نمودار ۲۲-۴) اعداد معناداری تحلیل عاملی تاییدی مرتبه دوم عملکرد نوآورانه..... ۸۸

نمودار ۴-۲۳) ضرایب تخمین استاندارد معادلات ساختاری..... ۹۵

نمودار ۴-۲۴) اعداد معناداری معادلات ساختاری..... ۹۶

فصل اول

کلیات پژوهش

۱-۱- مقدمه

امروزه مهمترین چالش شرکت‌ها، تدوین و اجرای استراتژی‌هایی است که موفقیت و بقای آن‌ها را در محیط رقابتی و شرایط پیچیده‌ی محیطی تضمین کند. به همین منظور مدیران ارشد سازمان باید قبل از مبادرت به هرگونه اقدام بنیادی سازمانی، عناصر موفقیت در سازمان خود را شناسایی کنند. استفاده از دانش در محیط بی‌ثبات، به عنوان یک مزیت رقابتی برای شرکت‌ها شناخته می‌شود که در این بین، همسویی بین استراتژی‌های کسب‌وکار و استراتژی‌های مدیریت دانش از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

اختر^۱ (۲۰۰۳) معتقد است در محیط‌های پیچیده و کلان‌امروزی، شرکت‌ها مجبور به استفاده از دانش برای کسب مزیت رقابتی هستند. مدیران با استفاده از عناصر برنامه‌ریزی استراتژیک (سناریوسازی و تحلیل وضعیت درونی) می‌توانند نقشه راه دانش را تهیه و آنها را برای کسب مزیت رقابتی پایدار در بازارهای رقابتی یکپارچه کنند. او رابطه متقابل دانش با برنامه‌ریزی استراتژیک و استراتژی دانش در محیط پیچیده امروزی را امری ضروری می‌داند.

¹ Akhter

نوناکا و تاکوچی^۱ (۱۹۹۵) شرکت‌های موفق را شرکت‌هایی می‌دانند که به طور پیوسته برای حل مسائل جدید و ناآشنا، دانش جدید را کشف و یا خلق کرده و این دانش را به صورتی هدفمند و نظام‌یافته و متناسب با اهداف تخصصی راهبردی در تمامی لایه‌ها و بخش‌های مختلف سازمان توسعه داده و به دنبال تبدیل آن به فناوری و محصولات جدید باشند. نوآوری برتر، فرصت‌هایی برای رشد سریعتر، بهتر و دقیق‌تر شرکت‌ها نسبت به رقبای آنها فراهم کرده و نهایتاً، منجر به افزایش تاثیرگذاری آنها در صنعت خود می‌گردد (داویلا^۲ و همکاران، ۲۰۰۶).

در این فصل، پژوهشگر به طور خلاصه و با توجه به موضوع پژوهش، به بیان مسأله اصلی، تشریح و بیان موضوع، ضرورت پژوهش، سؤالات و فرضیه‌ها، اهداف اساسی از انجام پژوهش، روش پژوهش، روش گردآوری اطلاعات، نمونه و جامعه آماری و روش‌های تجزیه و تحلیل اطلاعات پرداخته و در پایان تعاریف مفهومی و عملیاتی واژه‌های تحقیق و ساختار گزارش مطرح می‌گردند.

۱-۲- بیان مسئله

تنها جز ثابت دنیای امروز تغییر است. شرکت‌های بزرگ، سنتی و غیرمنعطف دیگر قادر به ادامه حیات در چنین محیطی نخواهند بود و در دنیای پر رقابت امروز باید یا تغییر ساختار دهند یا خود را به ابزارهایی جهت سازگاری با این تغییرات و کنترل آنها مجهز سازند. شرکت‌هایی در برابر تغییرات و تحولات موفق و پیروز خواهند بود که بتوانند سرمایه‌ی نامشهود و معنوی (دانش) خود را بهبود و توسعه بخشند.

¹ Nonaka & Takeuchi

² Davila et al