

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه علامه طباطبائی

پردیس آموزش‌های نیمه حضوری

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت دولتی

(گرایش منابع انسانی)

عنوان پایان نامه:

تأثیر قابلیت‌های مدیریت دانش بر فرآیند نوآوری در شرکت کاله

استاد راهنما: دکتر وجه‌الله قربانی‌زاده

استاد مشاور: دکتر احمدرضا سنجری

دانشجو: لیلا فرجی

سال ۱۳۹۱

دانشگاه علامه طباطبائی

پردیس آموزش‌های نیمه حضوری

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت دولتی

(گرایش منابع انسانی)

عنوان پایان نامه:

تأثیر قابلیت‌های مدیریت دانش بر فرآیند نوآوری در شرکت کاله

استاد راهنما: دکتر وجه‌الله قربانی‌زاده

استاد مشاور: دکتر احمدرضا سنجری

دانشجو: لیلا فرجی

سال ۱۳۹۱

تقدیم به پدر و مادر عزیزم

به پاس معنی بخشیدن به کلمه گذشت و ایثار

و به پاس گرمای امید بخش وجودشان و قلبهای بزرگشان که پناه دلسردیهای من است.

لیلا فرجی

تابستان ۱۳۹۱

سپاس نامه

سپاس پروردگاری را که خالق زمین و آسمان و هرآنچه در آنهاست

و تقدیر و تشکر از اساتید محترم جناب آقای دکتر قربانیزاده و دکتر سنجری که با راهنماییهای ارزشمند خود مرا در

انجام این پژوهش یاری نمودند.

و با تشکر از پرسنل محترم شرکت کاله که با همکاری صمیمانه شان مرا در این راه همراهی نمودند.

«فهرست مطالب»

فصل اول:

۲مقدمه	۱-۱
۲ بیان مسئله	۲-۱
۴ اهمیت و ضرورت انجام تحقیق	۳-۱
۵ اهداف تحقیق	۴-۱
۵ هدف اصلی	۱-۴-۱
۵ اهداف فرعی	۲-۴-۱
۵ سؤالات تحقیق	۵-۱
۵ سؤال اصلی تحقیق	۱-۵-۱
۵ سؤالات فرعی	۲-۵-۱
۶ فرضیه‌های تحقیق	۶-۱
۶ فرضیه اصلی	۱-۶-۱
۶ فرضیه‌های فرعی	۲-۶-۱
۶ قلمرو پژوهش	۷-۱
۶ محدوده موضوعی	۱-۷-۱
۷ محدوده مکانی	۲-۷-۱
۷ محدوده زمانی	۳-۷-۱
۷ تعاریف عملیاتی واژه‌ها و اصطلاحات تحقیق	۸-۱
۹ خلاصه فصل اول	۹-۱

فصل دوم:

۱۱مقدمه	۱-۲
۱۲ نوآوری	۲-۲
۱۳ تعاریف نوآوری	۱-۲-۲

۱۴ تفاوت تعریف خلاقیت و نوآوری.....	۲-۲-۲
۱۴ انواع نوآوری.....	۳-۲-۲
۱۴ دسته بندی شومپیتر.....	۱-۳-۲-۲
۱۴ دسته بندی نوآوری بر اساس نوع تغییر.....	۲-۳-۲-۲
۱۶ تعریف نوآوری تکنولوژیک	۴-۲-۲
۱۷ مدل‌های نوآوری سازمانی و تکنولوژیکی.....	۵-۲-۲
۱۹ مدیریت نوآوری در مقابل مدیریت تکنولوژی.....	۶-۲-۲
۲۰ فرآیند نوآوری.....	۷-۲-۲
۲۰ فرآیند عمومی نوآوری تکنولوژی.....	۱-۷-۲-۲
۲۳ فرآیند نوآوری از دیدگاه آتربک.....	۲-۷-۲-۲
۲۴ مدیریت دانش و نوآوری.....	۹-۲-۲
۳۳ مبانی تئوریک مدیریت دانش.....	۳-۲
۳۳ مدیریت دانش چیست؟.....	۱-۳-۲
۳۳ تاریخچه پیدایش مدیریت دانش.....	۲-۳-۲
۳۵ فرآیند تکامل دانش.....	۳-۳-۲
۳۸ مدل‌های مدیریت دانش.....	۴-۳-۲
۳۸ مدل عمومی دانش در سازمان.....	۱-۴-۳-۲
۳۹ مدل نوناکا.....	۲-۴-۳-۲
۴۱ مدل شش بعدی مدیریت دانش.....	۳-۴-۳-۲
۴۲ مدل رن جانستون.....	۴-۴-۳-۲
۴۲ مدل اودل و گراسیون.....	۵-۴-۳-۲
۴۴ مدل استیوهالس.....	۶-۴-۳-۲
۴۵ مدل ایجاد و کاربرد دانش ویگ.....	۷-۴-۳-۲
۴۸ مدل دانش شناسی سازمانی وان کروگ و وس.....	۸-۴-۳-۲

۴۹ مدل مدیریت دانش چووو.....	۹-۴-۳-۲
۵۰ مدل مدیریت دانش بویست.....	۱۰-۴-۳-۲
۵۲ مدل چارچوب مدیریت دانش پرابست.....	۱۱-۴-۳-۲
۵۳ معرفی چارچوب مفهومی مدیریت دانش.....	۱۲-۴-۳-۲
۵۹ پیشینه تحقیقات	۴-۲
۷۰ پیشینه موضوع در شرکت کاله.....	۵-۲
۷۰ بازنگری، نقد و رایه مدل مفهومی تحقیق.....	۶-۲
۷۲ رایه مدل تحلیلی تحقیق.....	۷-۲
۷۴ شرکت کاله در یک نگاه.....	۸-۲
۷۵ خلاصه فصل دوم.....	۹-۲

فصل سوم:

۷۷ مقدمه.....	۱-۳
۷۷ روش‌شناسی تحقیق.....	۲-۳
۷۷ جامعه آماری، حجم نمونه و نمونه‌گیری.....	۳-۳
۷۸ شرکت کاله در یک نگاه.....	۱-۳-۳
۷۹ روش و ابزار گردآوری داده‌ها.....	۴-۳
۸۰ تعیین اعتبار (روایی) تحقیق.....	۱-۴-۳
۸۰ تعیین پایایی تحقیق.....	۲-۴-۳
۸۱ روش‌ها و فنون آماری تجزیه و تحلیل یافته‌ها.....	۵-۳
۸۲ آزمون کولموگروف - اسمیرنوف.....	۱-۵-۳
۸۲ آزمون ضریب همبستگی پیرسون.....	۲-۵-۳
۸۲ تحلیل رگرسیون.....	۳-۵-۳
۸۳ خلاصه فصل سوم.....	۶-۳

فصل چهارم:

۸۵مقدمه.....	۱-۴
۸۵تجزیه و تحلیل‌های توصیفی جمعیت‌شناختی نمونه مورد مطالعه.....	۲-۴
۸۶مطالعه توصیفی نمونه آماری با توجه به متغیر جنسیت.....	۱-۲-۴
۸۷مطالعه توصیفی نمونه آماری با توجه به متغیر میزان تحصیلات.....	۲-۲-۴
۸۸مطالعه توصیفی نمونه آماری با توجه به متغیر سن.....	۳-۲-۴
۸۹مطالعه توصیفی نمونه آماری با توجه به متغیر رشته تحصیلی.....	۴-۲-۴
۹۰مطالعه توصیفی نمونه آماری با توجه به متغیر سابقه کاری.....	۵-۲-۴
۹۱تحلیل توصیفی متغیرهای تحقیق.....	۳-۴
۹۱تجزیه و تحلیل استنباطی داده‌های تحقیق.....	۴-۴
۹۲آزمون فرضیه‌های تحقیق.....	۵-۴
۹۲آزمون قابلیت اعتماد پرسش‌نامه مورد استفاده در تحقیق.....	۱-۵-۴
۹۳آزمون نرمال بودن متغیرهای تحقیق.....	۲-۵-۴
۹۴فرضیه اصلی ۱.....	۳-۵-۴
۹۵فرضیه اصلی ۲.....	۴-۵-۴
۹۶فرضیه فرعی ۱.....	۵-۵-۴
۹۷فرضیه فرعی ۲.....	۶-۵-۴
۹۸فرضیه فرعی ۳.....	۷-۵-۴
۹۹فرضیه فرعی ۴.....	۸-۵-۴
۱۰۰فرضیه فرعی ۵.....	۹-۵-۴
۱۰۱فرضیه فرعی ۶.....	۱۰-۵-۴
۱۰۲فرضیه فرعی ۷.....	۱۱-۵-۴
۱۰۳خلاصه یافته‌های تحقیق.....	۱۲-۵-۴
۱۰۴آزمون فرضیه (بررسی تأثیر متغیر جنسیت).....	۱۳-۵-۴

۱۰۵ ۱۴-۵-۴ آزمون فرضیه (بررسی تأثیر متغیر جنسیت)

۱۰۶ ۶-۴ خلاصه فصل چهارم

فصل پنجم:

۱۰۸ ۱-۵ مقدمه

۱۰۸ ۲-۵ مرور مختصر تحقیق

۱۱۰ ۳-۵ نتایج آزمون فرضیه‌ها

۱۱۱ ۴-۵ بحث و نتیجه گیری

۱۱۲ ۵-۵ ارائه پیشنهادها

۱۱۳ ۱-۵-۵ پیشنهادها بر مبنای یافته‌های تحقیق

۱۱۵ ۲-۵-۵ پیشنهادهایی برای تحقیقات آتی

۱۱۶ ۶-۵ محدودیت های تحقیق

فهرست جداول:

۱۶ جدول ۱-۲ دسته‌بندی نوآوری بر اساس نوع تغییر

۳۴ جدول ۲-۲ نخستین تلاش‌ها در راستای مدیریت دانش

۴۲ جدول ۳-۲ مدل مدیریت دانش با توجه ساختار کار

۴۶ جدول ۴-۲ مدل مدیریت دانش ویگ- سطوح درونی‌سازی

۴۷ جدول ۵-۲ ماتریس مدیریت دانش

۵۲ جدول ۶-۲ مدل طبقه بندی دانش بویست

۵۵ جدول ۷-۲ خلاصه‌ای از مدل‌های مدیریت دانش مورد بررسی

۵۶ جدول ۸-۲ فرآیند نوآوری از نگاه محققین مختلف

۵۷ جدول ۹-۲ یک طبقه‌بندی از مدل‌های مدیریت دانش

۸۶ جدول ۱-۴ توزیع فراوانی از نظر جنسیت

۸۷ جدول ۲-۴ توزیع فراوانی از نظر میزان تحصیلات

۸۸ جدول ۳-۴ توزیع فراوانی از نظر سن

۸۹توزیع فراوانی از نظر رشته تحصیلی.....	جدول ۴-۴
۹۰توزیع فراوانی از نظر سابقه کاری.....	جدول ۵-۴
۹۱توزیع شاخص‌های مرکزی و پراکندگی مربوط به متغیرهای تحقیق.....	جدول ۶-۴
۹۲میزان آلفای کرونباخ محاسبه شده.....	جدول ۷-۴
۹۳یافته‌های آزمون کولموگروف - اسمیرنوف.....	جدول ۸-۴
۹۴تحلیل واریانس رگرسیون.....	جدول ۹-۴
۹۴تحلیل واریانس رگرسیون.....	جدول ۱۰-۴
۹۵تحلیل واریانس رگرسیون.....	جدول ۱۱-۴
۹۵تحلیل واریانس رگرسیون.....	جدول ۱۲-۴
۹۶تحلیل واریانس رگرسیون.....	جدول ۱۳-۴
۹۶تحلیل واریانس رگرسیون.....	جدول ۱۴-۴
۹۷تحلیل واریانس رگرسیون.....	جدول ۱۵-۴
۹۷تحلیل واریانس رگرسیون.....	جدول ۱۶-۴
۹۸تحلیل واریانس رگرسیون.....	جدول ۱۷-۴
۹۸تحلیل واریانس رگرسیون.....	جدول ۱۸-۴
۹۹تحلیل واریانس رگرسیون.....	جدول ۱۹-۴
۹۹تحلیل واریانس رگرسیون.....	جدول ۲۰-۴
۱۰۰تحلیل واریانس رگرسیون.....	جدول ۲۱-۴
۱۰۰تحلیل واریانس رگرسیون.....	جدول ۲۲-۴
۱۰۱تحلیل واریانس رگرسیون.....	جدول ۲۳-۴
۱۰۱تحلیل واریانس رگرسیون.....	جدول ۲۴-۴
۱۰۲تحلیل واریانس رگرسیون.....	جدول ۲۵-۴
۱۰۲تحلیل واریانس رگرسیون.....	جدول ۲۶-۴
۱۰۳خلاصه یافته‌های فرضیات.....	جدول ۲۷-۴

جدول ۴-۲۸ بررسی همبستگی بین قابلیت‌های مدیریت دانش و فرآیند نوآوری از دیدگاه مردان..... ۱۰۴

جدول ۴-۲۹ بررسی همبستگی بین قابلیت‌های مدیریت دانش و فرآیند نوآوری از دیدگاه زنان..... ۱۰۵

فهرست اشکال و نمودارها:

شکل ۱-۲	مدل فشار تکنولوژیکی.....	۱۷
شکل ۲-۲	مدل جذب بازار ..	۱۸
شکل ۳-۲	مدیریت نوآوری در مقابل مدیریت تکنولوژی.....	۱۹
شکل ۴-۲	فرآیند عمومی نوآوری تکنولوژیکی	۲۲
شکل ۵-۲	مدل آتربک.....	۲۳
شکل ۶-۲	ارتباط دانش و عملکرد از نگاه شومپیتر.....	۲۶
شکل ۷-۲	ارتباط بین دانش و مدیریت دانش و عملکرد از نگاه محققان مختلف.....	۲۶
شکل ۸-۲	مدل مک دونالد.....	۲۷
شکل ۹-۲	رویکرد یادگیری به کیفیت و نوآوری.....	۲۸
شکل ۱۰-۲	چارچوب یکپارچه مدیریت.....	۲۹
شکل ۱۱-۲	نفوذ مدیریت دانش بر نوآوری و رقابت‌پذیری.....	۳۰
شکل ۱۲-۲	مدل مدیریت دانش و سرمایه فکری.....	۳۲
شکل ۱۳-۲	مدل ترزا و همکاران.....	۳۲
شکل ۱۴-۲	مدل عمومی دانش در سازمان.....	۳۸
شکل ۱۵-۲	چارچوب مفهومی فرایندهای ایجاد دانش.....	۳۹
شکل ۱۶-۲	مدل شش بعدی مدیریت دانش.....	۴۱
شکل ۱۷-۲	مدل سلسه مراتب اشکال دانش.....	۴۸
شکل ۱۸-۲	مروری بر مدل مدیریت دانش چوو.....	۵۰
شکل ۱۹-۲	مدل مدیریت دانش.....	۵۱
شکل ۲۰-۲	چارچوب مدیریت دانش با محوریت اجزای اصلی تشکیل‌دهنده.....	۵۳
شکل ۲۱-۲	چارچوب مفهومی مدیریت دانش.....	۵۴

۵۴ هسته اصلی چارچوب مفهومی.....	شکل ۲-۲۲
۶۷ دو بعد فرایند نوآوری: درک و به کارگیری دانش.....	شکل ۲-۲۳
۶۸ چارچوبی جدید برای فرایند نوآوری.....	شکل ۲-۲۴
۷۱ مدل مفهومی تحقیق.....	شکل ۲-۲۵
۴۲ مدل مبتنی بر فرایندها و فراهم کننده‌های مدیریت دانش.....	نمودار ۲-۱
۴۴ مدل مبتنی بر فرایندهای دانش.....	نمودار ۲-۲
۴۹ مدل دانش شناسی سازمانی وان کروگ و روس.....	نمودار ۲-۳
۸۶ توزیع فراوانی از نظر جنسیت.....	نمودار ۴-۱
۸۷ توزیع فراوانی از نظر میزان تحصیلات.....	نمودار ۴-۲
۸۸ توزیع فراوانی از نظر سن.....	نمودار ۴-۳
۸۹ توزیع فراوانی از نظر رشته تحصیلی.....	نمودار ۴-۴
۹۰ توزیع فراوانی از نظر سابقه کاری.....	نمودار ۴-۵

منابع و مآخذ

۱۱۷ منابع فارسی.....
۱۱۹ منابع لاتین.....

پیوستها و ضمائم

پیوست ۱	پرسش نامه
پیوست ۲	معادلات حاصل از تجزیه و تحلیل نرم افزار spss

چکیده:

امروزه دانش یک دارایی ارزشمند سازمانی به حساب می‌آید، که نیازمند مدیریت است. هسته اصلی مدیریت دانش، کسب دانش مناسب برای افراد مناسب و در زمان و ساختار مناسب است. اما قابلیت‌های مدیریت دانش، رشته‌های زنجیرواری هستند که تنها زمانی منجر به ایده‌پردازی، نوآوری، بهبود عملکرد و کسب مزیت رقابتی می‌شوند که این قابلیت‌ها به صورت نظام مند، از همدیگر پشتیبانی نمایند. باید گفت مسئله این تحقیق چگونگی تأثیر قابلیت‌های مدیریت دانش بر نوآوری و به طور ویژه بر مرحله تولید ایده در شرکت بزرگی همچون کاله می‌باشد. در واقع، هدف این پژوهش، شناسایی و یافتن عوامل تأثیرگذار فرآیند مدیریت دانش بر تولید ایده‌های نوآورانه در راستای ارتقای توانمندی شرکت کاله می‌باشد. برای انجام این پژوهش توصیفی، مقطعی و کاربردی از پرسشنامه طیف لیکرت استفاده شد که پس از سنجش روایی و پایایی بر اساس نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی شده سهمیه ای بین ۱۱۰ نفر از مدیران توزیع گردید.

تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی با استفاده از نرم‌افزار SPSS صورت گرفته است. مدل استفاده شده در این پژوهش از ترکیب دو مدل گلد و همکاران (۲۰۰۱)، ترزا و همکاران (۲۰۰۶) و راجیو و همکاران (۲۰۰۶) می‌باشد. یافته‌های بدست آمده از این پژوهش نشان می‌دهد که قابلیت‌های مدیریت دانش تأثیر معناداری بر فرآیند نوآوری دارد. همچنین بررسی‌ها نشان داد که متغیر جنسیت نیز بر رابطه بین قابلیت‌های مدیریت دانش و فرآیند نوآوری تأثیرگذار می‌باشد. پیشنهادهای ارائه شده از یافته‌های این پژوهش در برگزیده راه کارهایی جهت افزایش نوآوری در میان کارکنان می‌باشد.

کلیدواژه‌ها: قابلیت‌های مدیریت دانش، فرآیند نوآوری، قابلیت‌های زیرساختی، قابلیت‌های فرآیندی

فصل اول

کلیات تحقیق

در سال‌های اخیر منبع اصلی مزیت رقابتی از کارایی و کیفیت به نوآوری تغییر یافته است (بولوین و کامپ^۱، ۱۹۹۰: ۳۵). نوآوری برای شرکت‌هایی که به حفظ مزیت رقابتی خود می‌اندیشند یا به دنبال مزایای بلندمدت می‌باشند، عنصری ضروری است (همل^۲، ۱۹۹۸) و به عنوان یک عنصر حیاتی بارها مطرح شده است (فریمن^۳، ۱۹۹۷: ص ۲۱۱). در واقع امروزه نوآوری یکی از عوامل مؤثر بر موفقیت و بقای سازمان‌های دانش‌محور محسوب می‌شود. در فصل حاضر، به مسأله قابلیت‌های مدیریت دانش [قابلیت‌های زیرساختی و فرآیندی مدیریت دانش] و فرآیند نوآوری در شرکت کاله پرداخته می‌شود. این فصل شامل بیان مسئله، اهمیت و ضرورت تحقیق، اهداف، سوالات و فرضیه‌های تحقیق و تعریف عملیاتی واژگان تحقیق می‌باشد.

۱-۲- بیان مسأله:

تا کنون از سوی محققین مختلف، مراحل متفاوتی برای فرآیند نوآوری مطرح گردیده است اما نکته‌ای که در اکثر این نظریات بدان اشاره شده است، وجود حلقه تولید ایده یا ایده‌پردازی به عنوان اولین و مهم‌ترین گام فرآیند نوآوری است در این میان شناسایی رفتارهای نوآورانه افراد از ایده تا عملی کردن آن از مباحث مهمی است که در فرآیند نوآوری و گسترش فضای نوآورانه سازمان مطرح می‌شود. نگاه چندبعدی به رفتارهای نوآورانه، نوآوری را در انواع فردی و سازمانی شکل داده است. نوآوری فردی، نوآوری‌ای است که آغاز آن با شناخت مسأله و شکل‌گیری ایده نو است، اما با پذیرش و حمایت سازمان عملی می‌شود. تحقیقات زیادی در خصوص پاسخ به این سؤال اساسی که "چه چیزی می‌تواند نوآوری را بهبود بخشد؟" صورت گرفته است (به عنوان مثال: "اندرسون و وست^۴" ۱۹۹۶، "فریمن^۵" ۱۹۹۷). با اهمیت یافتن مدیریت دانش و سرمایه فکری به عنوان موضوعات جدید، در سال‌های اخیر مقالات و پژوهش‌هایی پدیدار شدند تا میان مدیریت دانش و سرمایه فکری با نوآوری ارتباط برقرار نمایند (به عنوان مثال: "کارنیرو^۶" ۲۰۰۸). چرا که دانش و سرمایه فکری به عنوان مبنای اولیه دستیابی به شایستگی‌های کلیدی عملکرد برتر مطرح می‌شود (لابیت^۷ ۲۰۰۱: ۱۱۲). به عبارت دیگر در محیط کسب و کار

^۱. Bolwijn and Kumpe
^۲. Hamel
^۳. Freeman and Seete
^۴. Anderson and West
^۵. Freeman
^۶. Carneiro
^۷. Lubit

جدید که مشخصه آن تلاطم و پیچیدگی فزاینده است، توانایی یک شرکت در ایجاد و حفظ مزیت‌های رقابتی در دانسته‌های آنها و نه در مایملک آنها قرار دارد. اگر بخواهیم بر منابعی که در داخل سازمان ایجاد شده است و نسخه‌برداری از آنها برای رقبا مشکل است تمرکز کنیم، دانش سازمانی موقعیت بهتری به عنوان منبع اصلی مزیت رقابتی کسب می‌کند ("آرگوت و اینگرام"^۱ ۲۰۰۰). در اقتصاد سنتی (قبل از انقلاب الکترونیک) بنگاه‌ها با اتکا به نظریه‌ها و مدل‌های موجود قادر بودند تا در میدان رقابت موفق باشند ولی در آینده‌ای نزدیک این امکان از بنگاه‌ها سلب خواهد شد. بنگاه‌ها باید در کنار منشأهای قبلی (منابع، توانایی‌ها و ترکیب فعالیت‌ها و ...)، قابلیت‌های دانش نوآورانه را در داخل، ایجاد و به کل سازمان تزریق کنند (آقازاده و اسفیدانی، ۱۳۸۵: ۸۵). پس به عهده گرفتن نقشی فعال و تأثیرگذار در عرصه رقابت‌های بین‌المللی مستلزم در اختیار داشتن دانش پیشرو می‌باشد (ناظمی و قدیری، ۱۳۸۵: ۲۱۲-۲۱۸) که این امر از طریق خلق یا اکتساب، تبدیل و به‌کارگیری دانش امکان‌پذیر خواهد بود، که این مجموعه عوامل در واقع همان فرآیندهای مدیریت دانش یا به عبارت دیگر قابلیت‌های مدیریت دانش می‌باشند (گلد و همکاران^۲، ۲۰۰۱: ۱۸۶-۲۱۲) که در چند سال اخیر به عنوان یک ضرورت برای سازمان‌ها مطرح گردیده است. اما محققین دیگری نیز به نقش و تأثیر مدیریت دانش بر توسعه نوآوری اشاره نموده‌اند، از آن جمله می‌توان به "گارتین"^۳ (۱۹۹۸) اشاره کرد که بیان می‌کند "مدیریت دانش باید به طور اساسی بر خلاقیت و نوآوری تمرکز کند" یا این که اثربخشی حداکثر نوآوری زمانی به وقوع خواهد پیوست که فرآیندهای مدیریت دانش، انواع نوآوری را پشتیبانی نماید (کیانژن^۴، ۲۰۰۵: ۱۰۹).

شرکت کاله نیز که با هدف تولید محصولات متنوع با کیفیت بالا با جدیدترین ماشین‌آلات و دانش فنی و عرضه محصولات به سراسر دنیا، آغاز به کار نموده است و هم‌اکنون برخی از تولیدات این شرکت رقیب محصولات خارجی شناخته شده و با توجه تنوع محصولات تولیدی در زمره بزرگترین شرکت‌های لبنی در دنیا محسوب می‌شود، بدنبال آن است که از این مزیت رقابتی استفاده نموده و در صدد گسترش محدوده صادرات از غرب به شرق و از اروپا به آمریکا باشد. گسترش و حفظ این روند در گرو ارتقای توانمندی‌های فناورانه و نوآورانه شرکت از طریق توجه به مدیریت دانش در این شرکت می‌باشد. لذا سؤالی که در اینجا مطرح می‌شود چگونگی تأثیر مدیریت دانش

^۱. Argote and Ingram

^۲. Gold et al

^۳. Gurteen

^۴. Qianzhen

بر نوآوری و پشتیبانی از این فرآیند است یعنی این که فرآیند مدیریت دانش که از آن به عنوان قابلیت‌های مدیریت دانش (یعنی خلق و اکتساب دانش، تبدیل دانش و به‌کارگیری دانش) یاد می‌شود چگونه بر نوآوری تأثیرگذار است؟ لذا در این تحقیق به دنبال پاسخ به این پرسش مهم هستیم که نحوه تأثیر قابلیت‌های مدیریت دانش بر نوآوری و به طور ویژه بر مرحله تولید ایده در شرکت کاله چگونه است؟

۱-۳- اهمیت و ضرورت انجام تحقیق

تغییر و تحولات سریع فناوری که علت اصلی آن، رقابت مابین شرکت‌ها، سازمان‌ها و حتی کشورها و مناطق جغرافیایی مختلف می‌باشد، هم‌روزه محصولات، فرآیندها و سیستم‌های جدید و البته کارآتری را بر بنگاه‌های تولید تحمیل می‌نماید و چه بسا که این روند منجر به خارج شدن شرکت‌های داخل از دور رقابت گردد. در این بین، برعهده گرفتن نقشی فعال و تأثیرگذار در عرصه رقابت داخلی و بین‌المللی، مستلزم تقویت نوآوری و در نهایت افزایش توانمندی و قدرت رقابت سازمان می‌باشد. به‌عبارت دیگر سرمایه‌های ذهنی و زیرساختار نوآوری یکی از منابع حقوقی رقابت‌پذیری در دنیای امروز می‌باشند. نکته حایز اهمیت در این بین یافتن زیرساخت‌های لازم برای توسعه نوآوری است، بدون شک دانش یکی از مهمترین مقدمات و بستر توسعه نوآوری است، طوری که محققین بیان می‌دارند که مزیت رقابتی تنها از طریق به‌کارگیری دانش برای نوآوری می‌تواند پایدار بماند. با توجه به ارتباط غیرقابل انکار دانش با نوآوری، به‌نظر می‌رسد درک نقش و تأثیر مدیریت دانش بر نوآوری از اهمیت بسزایی برخوردار باشد. در این رابطه هاند و مورگان (۱۹۹۵)، معتقدند که منابع متنوع، در راستای ارتقای کارایی و اثربخشی، می‌تواند شرکت‌ها و بنگاه‌های کسب و کار را در عرضه محصول به بازارهایی که در آنجا دارای ارزش می‌باشد، توانمند سازند. این منابع ممکن است مشهود (مثل ماشین‌الات، تجهیزات و ...) یا نامشهود (مثل مهارت‌های مدیریتی) باشند. یکی از منابع مهم، دانش است که می‌تواند صریح یا آشکار باشد، حتی تدوین و کدگذاری گردد، اما غالباً این دانش، دانش ضمنی است (پولانی، ۱۹۵۸: ۳۷). همچنین بارنی (۱۹۹۱) و هایک (۱۹۴۵) معتقدند که دانش می‌تواند منجر به مزیت رقابتی شود چرا که دانش، موجب بهبود کیفیت تصمیم‌گیری سازمانی می‌شود و همچنین زمینه‌های سرمایه‌گذاری در محیط کسب و کار را برای سازمان مشخص می‌نماید.

شرکت کاله نیز به‌دنبال استفاده از این مزیت رقابتی در راستای گسترش محصولات خود در سراسر کشور، منطقه و کشورهای اروپایی و آمریکایی می‌باشد و به‌دلایلی که اشاره شد، بررسی و تجزیه و تحلیل تأثیر قابلیت‌های

مدیریت دانش و مدل‌های مختلف ارائه شده در این خصوص از طریق تحقیق برای محقق دارای ضرورت بوده و حائز اهمیت است.

۴-۱- اهداف تحقیق

۴-۱-۱- هدف اصلی

- هدف اصلی این تحقیق بررسی عوامل موثر قابلیت‌های مدیریت دانش بر فرایند نوآوری در شرکت کاله می باشد.

۴-۱-۲- اهداف فرعی

- تشریح و درک مفاهیم مدیریت دانش و نوآوری
- شناسایی فرآیندهای کلیدی مدیریت دانش
- تعیین تأثیر قابلیت‌های مدیریت دانش بر فرآیند نوآوری

۵-۱- سؤالات تحقیق

۵-۱-۱- سؤال اصلی تحقیق

قابلیت‌های زیرساختی مدیریت دانش چه تأثیری بر فرآیند نوآوری در شرکت کاله دارد؟

قابلیت‌های فرآیندی مدیریت دانش چه تأثیری بر فرآیند نوآوری در شرکت کاله دارد؟

۵-۱-۲- سؤالات فرعی

۱- زیرساخت فناوری چه تأثیری بر فرآیند نوآوری در شرکت کاله دارد؟

۲- زیرساخت ساختار چه تأثیری بر فرآیند نوآوری در شرکت کاله دارد؟

۳- زیرساخت فرهنگ چه تأثیری بر فرآیند نوآوری در شرکت کاله دارد؟

۴- گردآوری دانش چه تأثیری بر فرآیند نوآوری در شرکت کاله دارد؟

۵- تبدیل دانش چه تأثیری بر فرآیند نوآوری در شرکت کاله دارد؟

۶- بکارگیری دانش چه تأثیری بر فرآیند نوآوری در شرکت کاله دارد؟

۷- نگهداری دانش چه تأثیری بر فرآیند نوآوری در شرکت کاله دارد؟

۱-۶-۶- فرضیه‌های تحقیق

۱-۶-۱- فرضیه اصلی

قابلیت‌های زیرساختی مدیریت دانش (فناوری، ساختار، فرهنگ) بر فرآیند نوآوری در شرکت کاله تأثیر معنی‌داری دارد.

قابلیت‌های فرآیندی مدیریت دانش (گردآوری دانش، تبدیل دانش و بکارگیری دانش) بر فرآیند نوآوری در شرکت کاله تأثیر معنی‌داری دارد.

۱-۶-۲- فرضیه‌های فرعی

۱- زیرساخت فناوری بر فرآیند نوآوری در شرکت کاله تأثیر معناداری دارد.

۲- زیرساخت ساختار بر فرآیند نوآوری در شرکت کاله تأثیر معناداری دارد.

۳- زیرساخت فرهنگ بر فرآیند نوآوری در شرکت کاله تأثیر معناداری دارد.

۴- گردآوری دانش بر فرآیند نوآوری در شرکت کاله تأثیر معناداری دارد.

۵- تبدیل دانش بر فرآیند نوآوری در شرکت کاله تأثیر معناداری دارد.

۶- به‌کارگیری دانش بر فرآیند نوآوری در شرکت کاله تأثیر معناداری دارد.

۷- نگهداری دانش بر فرآیند نوآوری در شرکت کاله تأثیر معناداری دارد.

۱-۷-۱- قلمرو پژوهش

محدوده پژوهش حاضر را می‌توان در سه قلمرو به شرح زیر بیان نمود:

۱-۷-۱- محدوده موضوعی

این تحقیق در حوزه تحقیقات مدیریتی (منابع انسانی) با محوریت بررسی تأثیر قابلیت‌های مدیریت دانش (قابلیت‌های زیرساختی و فرآیندی مدیریت دانش) بر فرآیند نوآوری می‌باشد.