



عنوان رساله:

**الگوی ارزیابی اثر مدیریت دانش در خلق مزیت رقابتی تمایز از مجرای زنجیره
ارزش فعالیتهای سازمان**

*A MODEL FOR EVALUATING KNOWLEDGE MANAGEMENT EFFECT
ON DIFFERENTIATION COMPETITIVE ADVANTAGE CREATION VIA
ORGANIZATION VALUE CHAIN*

استاد راهنما :

دکتر قاسم انصاری رنانی

استادان مشاور :

دکتر حسین رحمان سرشت

دکتر وحید ناصحی فر

استادان داور :

دکتر سید مهدی الوانی

دکتر عباس افرازه

نگارش و تحقیق :

محمد قاسمی

دوره دکتری مدیریت بازرگانی

(گرایش رفتار سازمانی و مدیریت منابع انسانی)

فصل اول: کلیات تحقیق

۱۲	اهمیت و ضرورت تحقیق
۱۴	بیان مساله
۱۵	تشریح ابعاد و حدود مساله
۱۶	اهداف تحقیق
۱۶	هدف اصلی
۱۶	فرضیات تحقیق
۱۸	روش شناسی تحقیق
۱۸	رویکرد تحقیق
۲۰	هدف تحقیق
۲۰	استراتژیهای تحقیق : تحقیق پیمایشی و مطالعه موردی
۲۲	ابزار تحلیل داده ها
۲۲	جامعه آماری تحقیق
۲۵	تعریف مفاهیم و واژگان اختصاصی طرح

فصل دوم: ادبیات تحقیق

۲۸	مقدمه
۲۹	پیشینه تحقیق
۲۹	ارزیابی اثر مدیریت دانش بر نوآوری
۳۱	الگوی اقتضایی برای توانمندی مدیریت دانش و نوآوری

- ۳۳ اثر اقدامات مدیریت دانش بر عملکرد شرکت
- ۳۵ تاثیر مدیریت دانش بر عملکرد سازمان
- ۳۶ تأثیر فناوریهای مدیریت دانش بر یادگیری فردی : تحلیل تجربی
- ۳۷ مدیریت دانش و تعامل آن با مدیریت منابع انسانی
- ۳۸ خلق دانش با استفاده از رهیافت بهبود نظام مند
- ۳۹ طراحی مدلی برای اثر بخشی مدیریت دانش
- ۴۰ الگویی جهت ارزیابی رابطه میان مدیریت دانش و اثربخشی سازمانی
- ۴۱ الگوی ارزیابی رابطه میان شبکه های تعامل غیر رسمی در فرآیند انتقال دانش در سازمان
- ۴۲ پژوهش دانیپورت و پروساک
- ۴۳ تعاریف و مفاهیم
- ۴۵ انواع دانش
- ۴۶ سطوح دانش
- ۴۶ انواع دانش
- ۴۷ طبقه بندی کویین
- ۴۸ الگوی تلفیقی سطوح و انواع دانش
- ۴۹ الگوی پنج لایه دانش
- ۵۱ چارچوبی یکپارچگی مدیریت دانش
- ۵۲ الگوی سطوح اندیشیدن
- ۵۳ الگوی SECI : فرایند خلق و تبدیل دانش

۵۴	اجتماعی کردن
۵۴	برون سازی
۵۵	ترکیب
۵۵	درونی سازی
۵۶	کارکردهای مدیریت دانش
۵۷	الگوهای فرآیندهای مدیریت دانش
۵۷	الگوی بوکوویتز و ویلیامز
۶۱	الگوی هفت گانه مدیریت دانش
۶۶	رویکردهای پژوهش پیرامون مدیریت دانش
۶۶	رویکرد دانش شخصی
۶۷	رویکرد دانش سازمانی
۶۷	بازار دانش
۶۹	نقش آفرینان بازارهای دانش
۷۰	اعتماد در بازارهای دانش
۷۱	کاستی‌های بازار
۷۲	روشهای ایجاد بازارهای دانش کارآمد
۷۴	نتیجه گیری
۷۴	مدیریت دانش مشتری
۷۷	هفت لایه معماری سیستمهای مدیریت دانش
۷۸	سیستمها و ابزارهای مدیریت دانش

۷۸	سیستم پشتیبانی تصمیم گیری
۸۰	فرآیند ایجاد سیستمهای پشتیبانی از تصمیم گیری
۸۳	انواع سیستمهای پشتیبانی از تصمیم گیری (ایوم، ۲۰۰۳:۳)
۸۳	سیستمهای پشتیبانی تصمیم گیری مبنی بر الگو
۸۴	سیستمهای پشتیبانی تصمیم گیری مبنی بر داده
۸۴	سیستمهای پشتیبانی تصمیم گیری مبنی بر ارتباطات
۸۵	سیستمهای پشتیبانی تصمیم گیری مبنی بر اسناد
۸۵	سیستمهای پشتیبانی تصمیم گیری مبنی بر دانش
۸۶	سیستم پشتیبانی از تصمیم مبنی بر وب
۸۶	گروه افزار
۸۷	گونه شناسی فناوریهای گروه افزار
۸۷	ابعاد دسته بندی فناوری ها و برنامه های گروه افزارها
۸۸	انواع سیستمهای گروه افزار
۸۹	پردازش تحلیلی متصل
۹۱	کتابخانه دیجیتالی
۹۱	اصول طراحی کتابخانه دیجیتالی
۹۴	فرایند ایجاد کتابخانه الکترونیکی
۹۵	پایگاه داده
۹۶	مدل های پایگاه داده
۹۸	پایگاه داده چند بعدی
۹۹	پایگاه داده شیء گرا
۱۰۰	ویژگی های سیستم مدیریت پایگاه داده
۱۰۱	انبار داری داده
۱۰۱	دیتامارت
۱۰۲	انبار داده ها
۱۰۳	داده کاوی
۱۰۴	فرآیند داده کاوی
۱۰۵	فنون داده کاوی
۱۰۷	نرم افزار

۱۰۸	اینترانت
۱۱۱	محتویات یک اینترانت
۱۱۳	پرتال موسسه
۱۱۷	استراتژی رقابتی
۱۱۷	اثر بخشی عملیاتی در مقابل جایگاه یابی استراتژیک
۱۱۷	اثر بخشی عملیاتی
۱۱۹	جایگاه یابی استراتژیک
۱۲۰	تعریف و ابعاد مفهومی مزیت رقابتی
۱۲۰	تعریف مزیت رقابتی
۱۲۰	ابعاد مزیت رقابتی
۱۲۲	مزیت رقابتی و انواع آن
۱۲۳	تمایز
۱۲۵	رهبری هزینه
۱۲۶	پاسخگویی سریع
۱۲۸	ابعاد مزیت رقابتی (چهار ستون عمومی رقابتی)
۱۲۸	کارایی
۱۲۹	کیفیت
۱۳۰	نوآوری
۱۳۱	پاسخگویی به مشتریان
۱۳۳	دیدگاه های موجود در زمینه مزیت رقابتی
۱۳۳	دیدگاه سازمان صنعتی
۱۳۸	استراتژی های عمومی موقعیت یابی سازمان در صنعت
۱۳۹	شکل استراتژی های عمومی
۱۴۰	تحلیل زنجیره ارزش فعالیتهای سازمان
۱۴۳	دیدگاههای مبتنی بر منابع و قابلیت های سازمانی
۱۴۳	مقدمه
۱۴۳	دیدگاه مبتنی بر منابع

۱۴۵ تقسیم بندی منابع سازمانی
۱۴۶ RBV سیر تاریخی
۱۴۸ RBV چارچوب نظری دیدگاه
۱۴۹ RBV مفروضات زیربنایی
۱۵۲ ویژگیهای منابع
۱۵۵ دیدگاه رقابت بر مبنای شایستگی
۱۵۸ دیدگاه قابلیت های پویا

فصل سوم : روش تحقیق

۱۶۷ مقدمه
۱۶۸ روش شناسی تحقیق
۱۷۱ رویکرد تحقیق
۱۷۳ هدف تحقیق
۱۷۶ استراتژی تحقیق
۱۷۶ مطالعه موردی
۱۸۱ جامعه آماری و نمونه تحقیق
۱۸۲ پرسش های پژوهش
۱۸۲ فرضیات تحقیق
۱۸۶ ابزار گردآوری اطلاعات
۱۸۷ استراتژی تحلیل داده ها
۱۸۸ ابزار تحلیل داده ها

۱۸۸	مدل معادلات ساختاری.....
۱۸۹	تفاوت همبستگی و علّیت.....
۱۹۰	فرآیند مدل معادلات ساختاری.....
۱۹۰	مرحله بیان مدل.....
۱۹۲	مرحله دوم تخمین مدل.....
۱۹۳	ارزیابی تناسب یا برازش.....
۱۹۵	اصلاح مدل.....
۱۹۶	تفسیر مدل.....
۱۹۶	ابلاغ یا نوشتن گزارش تحقیقاتی.....
۱۹۶	استانداردهای کیفیت تحقیق.....
۱۹۷	فرآیند عملیاتی شدن متغیرها و فرضیه‌ها.....

فصل چهارم : تجزیه و تحلیل یافته های تحقیق

۲۰۳	مقدمه.....
۲۰۴	آمار توصیفی متغیرهای جمعیت شناختی.....
۲۰۹	آمار توصیفی ابعاد، مولفه ها و شاخص های تحقیق از دیدگاه مدیران.....
۲۱۸	بررسی و تجزیه و تحلیل اثر مدیریت دانش از دیدگاه مدیران.....
۲۱۸	اثر مدیریت دانش در پشتیبانی از تصمیم گیری از دیدگاه مدیران عالی.....
	بررسی و تجزیه و تحلیل اثر مدیریت دانش در ارتقاء مهارت‌های تخصصی نیروی انسانی از دیدگاه
۲۱۹	مدیران منابع انسانی.....

۲۲۰	تحقیق و توسعه بررسی و تجزیه و تحلیل اثر مدیریت دانش در توسعه محصولات و خدمات از دیدگاه مدیران
۲۲۱	مدیران فروش و بازاریابی بررسی و تجزیه و تحلیل اثر مدیریت دانش در توسعه سهم بازار محصولات و خدمات از دیدگاه
۲۲۲	بازاریابی بررسی و تجزیه و تحلیل اثر مدیریت دانش در بهبود روابط با مشتریان از دیدگاه مدیران فروش و
۲۲۳	ارزیابی مدل معادلات ساختاری تحقیق ۲۲۳
۲۲۴	بررسی و تجزیه و تحلیل مدل مفهومی پیشنهادی ۲۲۴
۲۲۴	بررسی مدل تحقیق در شرکت همکاران سیستم ۲۲۴
۲۲۶	بررسی عوامل مربوط به مدیریت دانش در شرکت همکاران سیستم ۲۲۶
۲۲۷	تجزیه و تحلیل عوامل مربوط به نوآوری، رضایت مشتریان و مهارت‌های تخصصی کارکنان ۲۲۷
۲۲۷	بررسی مدل مربوط به مدیریت دانش و عوامل تاثیر گذار بر آن ۲۲۷
۲۲۸	اصلاح مدل و شاخصهای آن ۲۲۸
۲۳۰	ارزیابی مناسب بودن برازش مدل ۲۳۰
۲۳۲	بررسی مدل در شرکت داده پردازی ایران ۲۳۲
۲۳۴	بررسی عوامل مربوط به مدیریت دانش در شرکت داده پردازی ایران ۲۳۴
۲۳۵	بررسی و تحلیل عوامل مربوط به نوآوری، رضایت مشتریان و مهارت‌های تخصصی کارکنان ۲۳۵
۲۳۵	بررسی مدل مربوط به مدیریت دانش و عوامل تاثیر گذار بر آن ۲۳۵
۲۳۶	اصلاح مدل و شاخصهای آن ۲۳۶
۲۳۸	ارزیابی مناسب بودن برازش مدل ۲۳۸

۲۴۰ بررسی مدل در شرکت رایورز
۲۴۲ بررسی عوامل مربوط به مدیریت دانش در شرکت رایورز
۲۴۳ بررسی و تحلیل عوامل مربوط به نوآوری، رضایت مشتریان و مهارت‌های تخصصی کارکنان
۲۴۳ بررسی مدل مربوط مدیریت دانش و عوامل تاثیر گذار بر آن
۲۴۴ اصلاح مدل و شاخصهای آن
۲۴۵ ارزیابی مناسب بودن برازش مدل

فصل پنجم : نتایج و پیشنهادات

۲۵۰ مقدمه
۲۵۳ نتایج تحلیل آمار توصیفی متغیرهای جمعیت شناختی
۲۵۴ بررسی نتایج تحلیل اثر مدیریت دانش از دیدگاه مدیران
۲۵۴ نتایج اثر مدیریت دانش در پشتیبانی از تصمیم گیری از دیدگاه مدیران عالی
۲۵۶ نتایج تحلیل اثر مدیریت دانش در ارتقاء مهارت‌های تخصصی نیروی انسانی از دیدگاه مدیران منابع انسانی
۲۵۸ نتایج اثر مدیریت دانش در توسعه محصولات و خدمات از دیدگاه مدیران تحقیق و توسعه
۲۶۰ نتایج اثر مدیریت دانش در توسعه سهم بازار محصولات و خدمات از دیدگاه مدیران فروش و بازاریابی
۲۶۱ نتایج اثر مدیریت دانش در بهبود روابط با مشتریان از دیدگاه مدیران فروش و بازاریابی
۲۶۳ نتایج ارزیابی مدل معادلات ساختاری تحقیق
۲۶۴ نتایج مدل معادلات ساختاری تحقیق در شرکت همکاران سیستم
۲۶۶ بررسی مدل در شرکت داده پردازی ایران

۲۶۸	نتایج مدل در شرکت رایورز
۲۷۰	پیشنهادات تحقیق حاضر
۲۸۱	پیشنهادات برای سایر محققان
۲۸۳	منابع

فصل اول:

کلیات تحقیق

اهمیت و ضرورت تحقیق

در عصر ارتباطات و فناوری اطلاعات، دانش به عنوان منبع حیاتی سازمانها در عرصه رقابت و عاملی حیاتی برای دستیابی به مزیت رقابتی پایدار محسوب می گردد . همگام با چرخش از سوی اقتصاد مبتنی بر صنعت به اقتصاد مبتنی بر دانش ، سازمانها نیز خود را بر آن داشته اند تا با تکیه بر دانش و اطلاعات استفاده از آن در فرآیند کسب و کار توان رقابتی خود را افزایش دهند . برای پاسخ به این سوال مهم که چرا اصولا برخی سازمانها در صحنه رقابت موفق هستند نیازمند درک نقش حیاتی دانش در آنها می باشیم . به طور کلی سازمانها به دو دسته از داراییها (سرمایه) تکیه می کنند : داراییهای ملموس و داراییهای ناملموس . آنچه تا چندی پیش اهم توجه سازمانها را به خود جلب کرده بود کسب و بهینه سازی داراییهای ملموس مانند ماشین آلات و تجهیزات بوده است . اما امروزه سازمانها دریافته اند که آنچه موجب موفقیت و بقای سازمانها می شود ، داراییهای ناملموس مانند سرمایه فکری ، تجربیات ، دانش سازمانی و اطلاعات می باشد .

امروزه شرکتها به این نتیجه رسیده اند که باید به آنچه می دانند (سرمایه فکری) بیش از آنچه دارند (سرمایه مادی) اهمیت بدهند . دانش تنها منبع بی پایانی است که با استفاده بیشتر حجم آن بیشتر می شود . شرکتهای بزرگی چون سه ام ، اچ پی و جنرال الکتریک با توجه به اهمیت نقش اطلاعات و دانش ، مدیرانی با تخصص مدیریت دانش را جذب نموده اند . سازمانها با درک اهمیت و نقش حیاتی مدیریت دانش اشتیاق وافری به اعمال این سیستمها از خود نشان می دهند . اما واقعیت این است که به دلیل عدم وجود تصویر روشنی از آنچه می خواهند به آن دست پیدا کنند ، نمی توانند به صورت ایده آل و مطلوب این سیستمها را طراحی و اجرا کنند . طراحی و اجرای موفقیت آمیز پروژه های مدیریت دانش بدون شناخت و تحلیل عوامل حیاتی موفقیت که شامل عوامل مختلف انسانی ، فرهنگی ، فناوری و رقابتی می باشد نمی تواند ، شرکتها را در این زمینه یاری رسان باشد .

سازمانها در عصر اطلاعات که همراه با پیشرفتهای قابل توجهی در زمینه فناوری اطلاعات و ارتباطات می باشد ، نیازمند ساز و کاری منسجم جهت سازماندهی به داده ها ، اطلاعات و دانش می باشد . امروزه صرفا داشتن حجم انبوهی از اطلاعات نمی تواند راه گشا و مفید باشد ، بلکه داشتن اطلاعات مربوطه ، طبقه بندی شده و به هنگام می تواند به سازمان کمک کند . سازمانها در تعاملات عصر جدید با مفاهیم متمایزی از بازارهای فعلی روبرو هستند که آن تعامل با بازار دانش می باشد .

دانش به مثابه کالایی ناملموس در آمده است که سازمانها و کنشگران اجتماعی آن را معامله و مبادله می کنند . درک وجود چنین بازارهایی سازمانها را به سوی استفاده از ساز و کاری جهت هدایت و سازماندهی این سرمایه ارزشمند رهنمون ساخته است . کنشگران بازار دانش مانند ارائه دهندگان ، خریداران و واسطه ها نیازمند وجود ساز و کاری جهت هماهنگی می باشند . در صحنه رقابت ، سازمانها نمی توانند با تکیه بر فناوری ، قیمت و کیفیت به طور دائم جلودار باشند ، اما در صورتی که دانش و اطلاعات را به خوبی سازماندهی و کنترل کنند می توانند آنچه را موجب شاخص بودن آنها می باشد را به طور دائم ارتقاء بدهند .

اندیشه ها و ایده ها ، ساز و کارهایی هستند که می توانند از منابع فیزیکی محدود ارزش آفرینی کنند . امروزه موفقیت شرکتهایی کوچک و شناخته نشده مانند نت اسکپی از غولهای تجاری مانند اپل ، این حقیقت را روشن ساخته است که موفقیت در اداره دانش و اطلاعات زمینه ساز پیدایش افقهای جدیدی برای شرکتهای کوچک می شود. امروزه اهمیت دارایی های فکری به حدی رسیده است که شرکتهای در ترازنامه خود ارزش آن را در بخش دارایی های شرکت ثبت می کنند . پیدایش مناصب جدید مدیریتی مانند مدیر ارشد دانش و مدیر سرمایه فکری مدعی اهمیت این موضوع برای شرکتهای می باشد . خلا ابزارها و روشهایی جهت مدیریت دانش در شرایط فعلی کاملا محسوس می باشد . در حالیکه برای اداره عوامل سنتی تولید مانند نیروی کار سرمایه و فناوری ابزارها و روشهایی جامع و کامل موجود می باشد .

بیان مساله

مدیریت دانش به عنوان ساز و کار اعمال فرآیندهایی در سطح فردی، گروهی و سازمانی جهت ایجاد شرایطی که دانش و اطلاعات بتواند در زمان مناسب در اختیار افراد قرار بگیرد، تا کنون مورد توجه بسیاری از محققان در محافل آکادمیک و سازمانی قرار گرفته است. عمده این تحقیقات پیرامون زیر ساختها، فرآیندها، ساز و کارها، ابزارها و در موارد محدودی اثر آن بر برخی از عوامل مانند بهره وری، سودآوری یا عوامل ایجادکننده مزیت رقابتی مانند نوآوری مورد مطالعه قرار گرفته اند. تحقیق و مطالعه پیرامون مدیریت دانش از منظر محتوایی گر چه می تواند در بسیاری از موارد مدیران و سایر کنشگران سازمانی را نسبت به شناخت و آگاهی از چیستی مدیریت دانش رهنمون باشد اما به تنهایی کافی نمی باشد. در شرایط موجود مدیران به عنوان کنشگران اصلی سازمان به موضوعات سازمانی از منظری کارکردی و اجرایی می نگرند و اهمیت و ضرورت اعمال یک ساز و کار را از طریق ارزیابی اثرات و کارکردهای آن مورد ارزیابی قرار می دهند. همچنین عمده تحقیقات انجام شده پیرامون مدیریت دانش از منظر کارکردی به ارزیابی اثر مدیریت دانش بر یک عامل مانند نوآوری یا مدیریت روابط با مشتریان متمرکز شده اند و از نگاهی جامع به این موضوع غفلت نموده اند. با توجه به این موارد در ایت تحقیق بر آن شدیم تا با رویکردی جامع اثرات مدیریت دانش را بر بخشهای کارکردی مختلف سازمان مورد بررسی و ارزیابی قرار دهیم.

تشریح ابعاد و حدود مساله

درباره مدیریت دانش تعاریف متعدد و متنوعی ارائه شده است که با توجه به زاویه دید صاحب‌نظران و اهمیت دادن به عاملی خاص، نوع تعریف آنها از یکدیگر متمایز می‌شود. برای آگاهی از مفهوم صحیح مدیریت دانش، ابتدا باید تعریف روشنی از دانش داشته باشیم و تفاوت آن را با داده‌ها و اطلاعات در نظر داشته باشیم. داده به مفهوم پردازش عینی درباره رویدادهای مختلف می‌باشد. داده فاقد معنی، ساختار و نظم می‌باشد. هنگامی که داده دارای ساختار و نظم شود به اطلاعات تبدیل می‌شود اما اطلاعات، صرفاً دارای ساختار و نظم می‌باشد، ولی معنی و مفهوم خاص را نشان نمی‌دهد. از زاویه دیگر تفاوت داده با اطلاعات در دو مورد است: مربوط بودن و هدفدار بودن. داده این دو ویژگی را ندارد ولی اطلاعات دو ویژگی مذکور را دارد. داده‌ها را از طریق برخی اقدامات می‌توان به اطلاعات تبدیل کرد: محاسبه، اصلاح و خلاصه‌سازی. به عنوان مثال پردازشهای ثبت شده مربوط به فروش محصولات که ساختار و نظم خاصی ندارند داده محسوب می‌شوند. هنگامی که این داده‌ها با طبقه‌بندی و نظم خاصی مرتب شوند و یک گزارش فروش ایجاد شود اطلاعات شکل می‌گیرد. دانش فراتر از اطلاعات می‌باشد و در اثر تغییر و تحولات ایجاد شده در اطلاعات و در سایه تجربه و ارتباطات شکل می‌گیرد. مفهوم دانش به سادگی قابل تعریف و توصیف نمی‌باشد و اجزاء تشکیل‌دهنده آن عوامل محدود و مشخصی نمی‌باشند. از یک دیدگاه، دانش دانستن چگونه‌ها^۱ می‌باشد. افرادی که چگونگی امور کاری و سایر موارد شغلی و سازمانی خود را درک کرده‌اند، از دانش مرتبط با شغل و سازمان خود برخوردارند. دانش در سایه تجارب آموخته شده افراد از کار در سازمان شکل می‌گیرد.

¹ - Know-how

اهداف تحقیق

هدف اصلی:

طراحی، تبیین و آزمون الگوی ارزیابی اثر مدیریت دانش در خلق مزیت رقابتی تمایز از مجرای زنجیره ارزش فعالیتهای سازمان

سایر اهداف تحقیق :

مرور مفاهیم نظری و پیشینه تحقیق پیرامون مدیریت دانش ، مزیت رقابتی و استراتژی رقابتی ارزیابی اثر اعمال مدیریت دانش در بخشهای مختلف سازمان از دیدگاه مدیران بخشهای مربوطه اندازه گیری رابطه میان مدیریت دانش و توسعه مهارتهای تخصصی کارکنان اندازه گیری رابطه میان مدیریت دانش و رضایت مشتریان از محصولات و خدمات اندازه گیری رابطه میان مدیریت دانش و نوآوری در ارائه محصولات و خدمات

فرضیات تحقیق

تاثیر مدیریت دانش بر پشتیبانی از تصمیم گیری مدیران

- ۱) میان خلق دانش و پشتیبانی از تصمیم گیری مدیران سازمان رابطه وجود دارد .
- ۲) میان کسب دانش و پشتیبانی از تصمیم گیری مدیران سازمان رابطه وجود دارد .
- ۳) میان نشر دانش و پشتیبانی از تصمیم گیری مدیران سازمان رابطه وجود دارد .
- ۴) میان کاربرد دانش و پشتیبانی از تصمیم گیری مدیران سازمان رابطه وجود دارد .
- ۵) میان نگهداری دانش و پشتیبانی از تصمیم گیری مدیران سازمان رابطه وجود دارد .

تاثیر مدیریت دانش بر توسعه مهارتهای تخصصی کارکنان

- ۶) میان خلق دانش و توسعه مهارتهای تخصصی کارکنان رابطه وجود دارد .
- ۷) میان کسب دانش و توسعه مهارتهای تخصصی کارکنان رابطه وجود دارد .
- ۸) میان نشر دانش و توسعه مهارتهای تخصصی کارکنان رابطه وجود دارد .

- ۹) میان کاربرد دانش و توسعه مهارت‌های تخصصی کارکنان رابطه وجود دارد .
- ۱۰) میان نگهداری دانش و توسعه مهارت‌های تخصصی کارکنان رابطه وجود دارد .

تاثیر مدیریت دانش بر نوآوری در ارائه خدمات و محصولات

- ۱۱) میان خلق دانش و نوآوری در ارائه خدمات و محصولات رابطه وجود دارد .
- ۱۲) میان کسب دانش و نوآوری در ارائه خدمات و محصولات رابطه وجود دارد .
- ۱۳) میان نشر دانش و نوآوری در ارائه خدمات و محصولات رابطه وجود دارد .
- ۱۴) میان کاربرد دانش و نوآوری در ارائه خدمات و محصولات رابطه وجود دارد .
- ۱۵) میان نگهداری دانش و نوآوری در ارائه خدمات و محصولات رابطه وجود دارد .

تاثیر مدیریت دانش بر بهبود مدیریت روابط با مشتریان

- ۱۶) میان خلق دانش و بهبود مدیریت روابط با مشتریان رابطه وجود دارد .
- ۱۷) میان کسب دانش و بهبود مدیریت روابط با مشتریان رابطه وجود دارد .
- ۱۸) میان نشر دانش و بهبود مدیریت روابط با مشتریان رابطه وجود دارد .
- ۱۹) میان کاربرد دانش و بهبود مدیریت روابط با مشتریان رابطه وجود دارد .
- ۲۰) میان نگهداری دانش و بهبود مدیریت روابط با مشتریان رابطه وجود دارد .

تاثیر مدیریت دانش بر توسعه بازار محصولات و خدمات

- ۲۱) میان خلق دانش و توسعه بازار محصولات و خدمات شرکت رابطه وجود دارد .
- ۲۲) میان کسب دانش و توسعه بازار محصولات و خدمات شرکت رابطه وجود دارد .
- ۲۳) میان نشر دانش و توسعه بازار محصولات و خدمات شرکت رابطه وجود دارد .
- ۲۴) میان کاربرد دانش و توسعه بازار محصولات و خدمات شرکت رابطه وجود دارد .
- ۲۵) میان نگهداری دانش توسعه بازار محصولات و خدمات شرکت رابطه وجود دارد .

روش شناسی تحقیق

رویکرد تحقیق

بطور کلی رویکرد حاکم بر انجام تحقیق به دو صورت کمی یا کیفی مطرح می باشد . هدف هر دو دستیابی به شناخت بهتر و درک ابعاد جدیدتر موضوع می باشد ، اما هر یک ابزار و منطق خاص خود را در پیش می گیرند . هر کدام از این دو رویکرد بر اساس نوع داده ای که استخراج می کنند شناخته می شوند . در رویکرد کمی به جمع آوری داده های کمی پرداخته می شود و بطور مشابه در رویکرد کیفی ، داده های کیفی جمع آوری می شوند . انتخاب هر کدام از این رویکردها بسته به هدف تحقیق ، نوع داده ها و نوع پرسش می باشد . تحقیق کیفی برای درک عمیق یک پدیده اجتماعی و بررسی پدیده در بستر آن بسیار مناسب می باشد . داده های تحقیق کیفی شامل ایده ها ، عقاید ، نگرشها ، دانش ضمنی ، مستندات و مشاهدات محقق می باشد . در اینجا محقق با پیش فرض و مفروضات از پیش تعیین شده وارد عرصه تحقیق نمی شود ، بلکه با ذهنی باز با واقعیتها روبرو می شود. تحقیقات مربوط به حوزه سازمان و مدیریت بصورت گسترده ای نیازمند تحقیق از نوع کیفی می باشد، زیرا موضوعات سازمانی در محتوایی اجتماعی و متاثر و تاثیرگذار بر کنشگران سازمانی ، مدیران و کارکنان می باشند . از ویژگیهای مثبت این شیوه تحقیق انعطاف پذیری زیاد آن نسبت به مطالعات کمی می باشد . در شرایطی که اطلاعات محدودی پیرامون موضوع یا مساله وجود دارد ، استفاده از این شیوه تحقیق بسیار مطلوب می باشد . در تحقیقات کیفی معمولاً مبنای نظری بطور کامل تحقیق را جهت دهی نمی کند ، زیرا تئوریهای موجود کافی و تکامل یافته نمی باشند . (دواس، ۱۳۸۱: ۲۳)

تحقیق کمی با تاکید بر استفاده از داده های کمی به دنبال آزمودن تئوری موجود و سنجش روابط میان متغیرها و تعداد و حجم ویژگیها می باشد . در این تحقیق از روشهای آماری و استنباطی استفاده می شود . از این شیوه تحقیق هنگامی فرضیات به روشنی تدوین شده اند و دنبال تایید

آنها می باشیم . استفاده از تحقیق کمی هنگامی مناسب است که مفاهیمی و روابط کشف شده را بخواهیم آزمون کنیم. (دواس، ۱۳۸۱: ۲۴)

در تحقیق حاضر بطور تو امان از دو روش تحقیق کیفی و کمی با توجه به نوع داده ها و شرایط استفاده می شود . با توجه به وجود اطلاعات محدود ، نیاز به درک پدیده و موضوع در بستری اجتماعی و سازمانی ، عدم وجود فرضیات روشن و از همه مهمتر حجم گسترده ای از داده های کیفی در مرحله اول و با استفاده از استراتژی تحقیق موردی به مطالعه و ارزیابی چند مورد سازمانی که در آنها سیستم مدیریت دانش اعمال می شود ، می پردازیم . سپس نحوه اثر گذاری مدیریت دانش در بخشهای اصلی و پشتیبانی زنجیره ارزش را از طریق داده های کیفی حاصل از مصاحبه ها ، ارزیابی اسناد و مدارک و مشاهدات مورد ارزیابی قرار می دهیم . همچنین زیر ساختهای لازم جهت انجام موفق و موثر طرحهای مدیریت دانش نیز با توجه به مفاهیم نظری ، از طریق مصاحبه ها مورد آزمون قرار می گیرند . سپس فرضیات تحقیق به شیوه ای کمی از طریق توزیع پرسشنامه مورد ارزیابی قرار می گیرد .

ماهیت(نتیجه) تحقیق

تحقیق از لحاظ ماهیت و نتیجه آن به سه نوع تقسیم می شود که عبارت است از تحقیق بنیادی ، کاربردی و توسعه ای . تحقیق بنیادی به دنبال ایجاد و توسعه دامنه علم می باشد و پرسشی واحد در پیش رو دارد که باید به آن پاسخ بگوید . در مقابل تحقیق کاربردی دنبال تدوین الگویی برای برقراری ارتباط میان متغیرهای یک موضوع به شیوه ای نظام مند می باشد . در تحقیق توسعه ای دنبال کاربرد مدل بدست آمده از تحقیق کاربردی در صحنه عمل و حل یک مشکل خاص می باشد . ماهیت تحقیق حاضر از نوع کاربردی می باشد و ما دنبال تدوین الگوی برای درک رابطه میان مدیریت دانش و خلق مزیت رقابتی در صنعت نرم افزار از طریق زنجیره ارزش سازمان می باشیم . آنچه در این تحقیق اهمیت دارد تأثیر مدیریت دانش در بخشهای مختلف