

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Handwritten signature or flourish

١٤٢٣



دانشکده حسابداری مدیریت  
گروه مدیریت

پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت دولتی گرایش منابع انسانی

بررسی رابطه بین فرایندهای مدیریت دانش و نوآوری  
در بانک رفاه کارگران

استاد راهنما:

دکتر محمد علی حقیقی

استاد مشاور:

دکتر علی رضاییان

پژوهشگر:

زهرا سنجری

سازمان اسناد و کتابخانه ملی  
جمهوری اسلامی ایران

شهریور ماه ۱۳۸۸

۱۳۸۹ / ۲ / ۲۲

۱۴۲۳۳۶


نام خانوادگی: سنجری  
نام: زهرا  
دانشکده: مدیریت حسابداری  
رشته تحصیلی و گرایش: مدیریت دولتی گرایش منابع انسانی  
نام استاد راهنما: جناب آقای دکتر حقیقی  
تاریخ فراغت از تحصیل: تابستان ۱۳۸۸  
عنوان پایان نامه: بررسی رابطه بین فرایندهای مدیریت دانش و نوآوری در بانک رفاه کارگران.

### چکیده

با در نظر گرفتن اهمیت فزاینده نوآوری، محققان بارها این سوال را مطرح کرده اند که "چه کارهایی را می توان برای بهبود نوآوری انجام داد". با اینکه انتظار می رود مدیریت دانش یکی از عوامل تعیین کننده و تاثیر گذار در نوآوری باشد پژوهش های قابل ملاحظه ای در این زمینه صورت نگرفته است. در این راستا پژوهش حاضر کوشیده است تا رابطه پیشنهادی فوق را مورد بررسی قرار دهد. بنابراین، فرضیه اهم این پژوهش به بررسی رابطه بین فرایندهای مدیریت دانش و نوآوری در حالت کلی و سه فرضیه فرعی به بررسی رابطه بین هر یک از فرایندهای مدیریت دانش (اکتساب دانش، انتشار دانش و توزیع دانش) و نوآوری می پردازد. برای گردآوری داده های پژوهش از پرسشنامه استفاده شد. تعداد جامعه آماری پژوهش ۲۷۰ نفر بود که با قرار دادن این عدد در جدول مورگان عدد ۱۸۰ به عنوان حجم نمونه بدست آمد. پرسشنامه ها بطور اتفاقی بین کارشناسان ادارات بانک رفاه توزیع شد. از این تعداد ۱۶۰ پرسشنامه به محقق برگشت داده شد. پس از تجزیه تحلیل داده های حاصل از پرسشنامه (با نرخ بازگشت ۸۵٪) با کمک نرم افزار spss، می توان با ۹۹٪ اطمینان مدعی شد که بین رویه های سه گانه مدیریت دانش و نوآوری همبستگی مستقیم وجود دارد. به عبارت دیگر شواهد تجربی لازم برای حمایت از فرضیه های پژوهش حاصل شد.

کلید واژه ها: اکتساب دانش، انتشار دانش، کاربرد دانش، مدیریت دانش، نوآوری.

امضای استاد راهنما:



با سپاس و تشکر فراوان از:

استاد بزرگوار و ارجمندم جناب آقای دکتر محمد علی حقیقی که بی دریغ مرا یاری نمودند و راهنمایی های ارزنده ایشان انجام این پروژه را ممکن ساخت.

استاد مشاور عزیزم جناب آقای دکتر علی رضاییان که همواره راهنمای من بودند و بی دریغ مرا در دانسته های خویش شریک کردند.

جناب آقای حبیب پور در بخش تحقیقات و نوآوری بانک رفاه که در طول پروژه مرا یاری رساندند.

۱۳۸۹/۲/۲۲

۱۳۸۹/۲/۲۲

## فهرست مطالب

صفحه	عنوان
	فصل اول: کلیات پژوهش
1-1	۱-۱ مقدمه:.....
1	1.....
2-1	۲-۱ تعریف موضوع:.....
2	2.....
2-2	۲-۲ علت انتخاب موضوع:.....
3	3.....
3-1	۳-۱ اهداف تحقیق:.....
5	5.....
4-1	۴-۱ قلمرو زمانی تحقیق:.....
5	5.....
5-1	۵-۱ قلمرو مکانی تحقیق:.....
5	5.....
6-1	۶-۱ روش تحقیق.....
5	5.....
7-1	۷-۱ فرضیات تحقیق:.....
6	6.....
8-1	۸-۱ مدل مورد نظر تحقیق:.....
6	6.....
9-1	۹-۱ استفاده کنندگان از تحقیق:.....
7	7.....
	فصل دوم: ادبیات پژوهش
2-2	۲-۲ مدیریت دانش.....
9	9.....
2-2-1	۲-۲-۱ تعاریف دانش.....
9	9.....
2-2-2	۲-۲-۲ داده ها، اطلاعات، دانش.....
10	10.....
2-2-3	۲-۲-۳ انواع دانش.....
13	13.....
2-2-4	۲-۲-۴ تعریف مدیریت دانش:.....
14	14.....
2-2-5	۲-۲-۵ نیاز به مدیریت دانش.....
15	15.....
2-2-6	۲-۲-۶ فرایندهای مدیریت دانش.....
16	16.....
2-2-7	۲-۲-۷ اکسپ / تولید دانش:.....
16	16.....

- ۱۷ ..... ۲-۳-۱-۱ چرخه فردی تولید دانش
- ۱۸ ..... ۲-۳-۱-۲ چرخه جمعی تولید دانش
- ۲۱ ..... ۲-۳-۲ ذخیره سازی / سازماندهی دانش
- ۲۱ ..... ۲-۳-۳ توزیع دانش
- ۲۳ ..... ۲-۳-۴ بکارگیری دانش سازمانی
- ۲۵ ..... ۲-۴ مزایای مدیریت دانش
- ۲۶ ..... ۲-۵ اصول موفقیت در مدیریت دانش
- ۲۸ ..... ۲-۶ جنبه های یک رهیافت جامع به مدیریت دانش
- ۲۹ ..... ۲-۶-۲ افراد
- ۲۹ ..... ۲-۶-۳ فن آوری اطلاعات
- ۳۰ ..... ۲-۶-۴ فرهنگ مشارکتی
- ۳۰ ..... ۲-۷ خصوصیات دانش:
- ۳۴ ..... ۲-۸ الگوی پنج مرحله ای فرایند دانش آفرینی سازمانی
- ۳۷ ..... ۲-۹ حوزه های مختلف مرتبط با مدیریت دانش:
- ۳۸ ..... ۲-۹-۱ مدیریت دانش از منظر مدیریت استراتژیک
- ۳۸ ..... ۲-۹-۱-۱ همراستایی مدیریت دانش و فرایند های استراتژیک
- ۳۹ ..... ۲-۹-۱-۲ مدل استراتژی کسب و کار و استراتژی مدیریت دانش
- ۴۰ ..... ۲-۹-۲ مدیریت دانش از منظر سیستم های اطلاعاتی
- ۴۲ ..... ۲-۹-۳ رابطه تنگاتنگ مدیریت دانش و منابع انسانی
- ۴۳ ..... ۲-۹-۳-۳ فرهنگ ملی و مدیریت دانش
- ۴۴ ..... ۲-۹-۳-۴ سرمایه های اجتماعی و مدیریت دانش
- ۴۵ ..... ۲-۹-۴ مدیریت دانش از منظر مدیریت تولید و نوآوری
- ۴۹ ..... ۲-۱۰ تعریف و مفهوم نوآوری

- ۱۱-۲ تاریخچه مفهوم نوآوری ..... ۵۱
- ۱۱-۲ منابع نوآوری: ..... ۵۱
- ۱۲-۲ انواع نوآوری: ..... ۵۲
- ۱-۱۲-۲ نوآوری بنیادی / تکاملی ..... ۵۳
- ۲-۱۲-۲ نوآوری محصول / فرایند: ..... ۵۴
- ۳-۱۲-۲ نوآوری اداری / تکنولوژیکی ..... ۵۴
- ۱۳-۲ فرایند نوآوری ..... ۵۵
- ۱۴-۲ عوامل موثر بر شکل گیری فرایند نوآوری ..... ۵۶
- ۱-۱-۱۴-۲ استراتژی ..... ۵۶
- ۲-۱-۱۴-۲ ساختار سازمانی ..... ۵۷
- ۳-۱-۱۴-۲ سیستم ها و فرایند ها ..... ۵۷
- ۴-۱-۱۴-۲ افراد ..... ۵۷
- ۲-۱۴-۲ عوامل خارجی موثر بر نوآوری: ..... ۶۰
- ۱-۲-۱۴-۲ پایه مهندسی علوم و تکنولوژی ..... ۶۰
- ۲-۲-۱۴-۲ وجود شبکه های ارتباطی ..... ۶۱
- ۳-۲-۱۴-۲ چهارچوبهای حاکم بر جامعه ..... ۶۱
- ۱۵-۲ اصول موفقیت در نوآوری: ..... ۶۲
- ۱۶-۲ رابطه مدیریت دانش و نوآوری ..... ۶۳
- ۱۷-۲ ابتکارات مبتنی بر دانش: ..... ۶۶
- ۱۸-۲ مزایای مدیریت دانش برای نوآوری ..... ۶۹
- ۱۹-۲ مدیریت نوآوری دانش: ..... ۷۲
- ۲۰-۲ مدل جامع برای مدیریت نوآوری دانش ..... ۷۵

- ۲-۲۱ انتقال دانش ضمنی به فرایند نوآوری سازمانی..... ۷۶
- ۲-۲۲ مدل های تبیین نقش مدیریت دانش در نوآوری..... ۷۷
- ۲-۲۲-۱ مدل اقتضایی برای تبیین اثر مدیریت دانش بر نوآوری سازمانی..... ۷۷
- ۲-۲۲-۲ مدل تاثیر دانش ضمنی بر نوآوری..... ۷۸
- جمع بندی:..... ۸۰
- ۲-۲۳ پیشینه تحقیق:..... ۸۱
- ۲-۲۳-۱ مطالعات داخلی:..... ۸۱
- ۲-۲۳-۲ مطالعات خارجی..... ۸۲

#### فصل سوم: روش تحقیق

- ۳-۱ نوع پژوهش..... ۸۵
- ۳-۲ تعریف جامعه آماری پژوهش..... ۸۵
- ۳-۳ حجم نمونه..... ۸۶
- ۳-۴ روش نمونه گیری:..... ۸۷
- ۳-۵ متغیرهای پژوهش..... ۸۷
- ۳-۶ روش های گردآوری اطلاعات..... ۸۸
- ۳-۷ ابزار گردآوری اطلاعات: پرسشنامه..... ۸۹
- ۳-۸ اجزای پرسشنامه..... ۸۹

#### فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده ها

- تجزیه و تحلیل فرضیه اصلی..... ۱۰۰
- تجزیه و تحلیل فرضیه ۱..... ۱۰۱
- تجزیه و تحلیل فرضیه ۲..... ۱۰۲
- تجزیه و تحلیل فرضیه ۳..... ۱۰۲



ج. تجزیه و تحلیل سوال پژوهشی : ..... ۱۰۳

#### فصل پنجم نتیجه گیری و پیشنهادها

۱-۵ یافته های پژوهش ..... ۱۱۰

۱-۱-۵ بررسی یافته های پژوهش بر اساس فرضیه اول ..... ۱۱۰

۲-۱-۵ بررسی یافته های پژوهش بر اساس فرضیه دوم ..... ۱۱۱

۳-۱-۵ بررسی یافته های پژوهش بر اساس فرضیه سوم ..... ۱۱۱

۲-۵ بررسی رابطه بین رویه های سه گانه مدیریت دانش با مولفه های چهار گانه نوآوری ۱۱۲

۱-۲-۵ بررسی رابطه بین رویه های مدیریت دانش با شاخص ارزشها و فرهنگ ..... ۱۱۲

۲-۲-۵ بررسی رابطه بین فرایندهای مدیریت دانش و شاخص سازمان و مدیریت ..... ۱۱۲

۳-۲-۵ بررسی رابطه بین رویه های مدیریت دانش و شاخص فرایندها و ابزار ..... ۱۱۳

۴-۲-۵ بررسی رابطه بین فرایندهای مدیریت دانش و شاخص افراد و مهارتها ..... ۱۱۳

۳-۵ فرضیه اصلی ..... ۱۱۴

۴-۵ محدودیتها ..... ۱۱۵

۱-۴-۵ محدودیتهای پژوهش ..... ۱۱۵

۲-۴-۵ محدودیتهای پژوهشگر ..... ۱۱۶

۵-۵ پیشنهادهای پژوهش ..... ۱۱۶

۱-۵-۵ پیشنهادهای مرتبط با یافته های پژوهش ..... ۱۱۶

۲-۵-۵ پیشنهادهایی به سایر پژوهشگران ..... ۱۱۸

پیوست ..... ۱۲۰

منابع و مأخذ: ..... ۱۲۵

#### فهرست شکل ها

صفحه

عنوان

- شکل ۲-۲: مدل چرخه فردی و جمعی تولید دانش ..... ۱۶
- شکل ۳-۲: چرخه دانش فردی ..... ۱۷
- شکل ۴-۲: چرخه جمعی تولید دانش ..... ۱۷
- شکل ۵-۲: مدیریت دانش از منظر حوزه های مختلف مدیریت ..... ۳۷
- شکل ۶-۲: ماریپچ ارزش آفرینی یادگیری - دانش ..... ۴۴
- شکل ۷-۲: فرایند چند مرحله ای نوآوری ..... ۵۴
- شکل ۸-۲: ابتکارات مبتنی بر دانش ..... ۶۷
- شکل ۱۰-۲: نوآوری دانش به عنوان ابزاری رقابتی ..... ۷۳
- شکل ۱۱-۲: چهارچوب منسجم مدیریت نوآوری دانش ..... ۷۴
- شکل ۱۲-۲: مدل اقتضایی تاثیر مدیریت دانش بر نوآوری ..... ۷۷
- شکل ۱۳-۲: مدل مفهومی نقش دانش ضمنی در نوآوری ..... ۷۸

#### فهرست جدولها

صفحه	عنوان
۱۱	جدول ۱-۲ طبقه بندی داده، اطلاعات و دانش
۲۸	جدول ۲-۲ ابعاد مطالعاتی عوامل کلیدی مدیریت دانش
۵۰	جدول ۳-۲ مفاهیم نوآوری در دهه های مختلف (منطقی)
۹۴	جدول ۱-۴ توزیع فراوانی و درصد آزمودنیها به تفکیک جنسیت
۹۵	جدول ۲-۴ توزیع فراوانی و درصد آزمودنیها به تفکیک سن
۹۶	جدول ۳-۴ توزیع فراوانی و درصد آزمودنیها به تفکیک سطح تحصیلات
۹۷	جدول ۴-۴ توزیع فراوانی و درصد آزمودنیها به تفکیک سابقه خدمت
۹۸	جدول ۵-۴ توزیع فراوانی و درصد آزمودنیها به تفکیک سابقه خدمت در شغل فعلی
۹۹	جدول ۶-۴ توزیع فراوانی و درصد آزمودنیها به تفکیک رشته تحصیلی
۱۰۰	جدول ۷-۴ نتایج ضریب همبستگی پیرسون در مورد فرضیه اصلی

- جدول ۴-۸ نتایج ضریب همبستگی پیرسون در مورد فرضیه دوم ..... ۱۰۱
- جدول ۴-۹ نتایج ضریب همبستگی پیرسون در مورد فرضیه دوم ..... ۱۰۲
- جدول ۴-۱۰ نتایج ضریب همبستگی پیرسون در مورد فرضیه سوم ..... ۱۰۳
- جدول ۴-۱۱ رگرسیون گام به گام نوآوری مربوط به رهبری و سازمان از روی ابعاد مدیریت دانش ..... ۱۰۴
- جدول ۴-۱۲ رگرسیون گام به گام نوآوری مربوط به فرایندها از روی ابعاد مدیریت دانش ..... ۱۰۵
- جدول ۴-۱۳ رگرسیون گام به گام نوآوری مربوط به ارزشها و فرهنگها از روی ابعاد مدیریت دانش ..... ۱۰۶
- جدول ۴-۱۴ رگرسیون گام به گام نوآوری مربوط به افراد و مهارت ها از روی ابعاد مدیریت دانش ..... ۱۰۷
- جدول ۴-۱۵ رگرسیون گام به گام نوآوری مربوط به نوآوری (نمره کل شاخص) از روی ابعاد مدیریت دانش ..... ۱۰۸

# فصل اول

## کلیات پژوهش

۱-۱ مقدمه:

موضوع نوآوری به عنوان یکی از اجزاء ضروری شرکت هایی که خواهان حفظ مزیت بلند مدت و رقابتی هستند، بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است. اقتصاددانان، بارها از نوآوری به عنوان عامل حیاتی رشد، یاد کرده اند. با در نظر گرفتن اهمیت فزاینده نوآوری، محققان بارها این سوال را مطرح کرده اند که "چه کارهایی را می توان برای بهبود نوآوری انجام داد". با بوجود آمدن شاخه های جدیدی چون مدیریت دانش و سرمایه های فکری محققان شروع به انجام تحقیقاتی کردند که در این تحقیقات مدیریت دانش به عنوان یکی از عوامل تعیین کننده و تاثیر گذار در نوآوری، در نظر گرفته شد.

امروزه بیشتر از قبل توجه مدیران به این امر جلب شده است که منابع دانش برای توسعه سازمانهایشان ضروری است. دانش و فناوری اطلاعات عوامل کلیدی موفقیت در تدوین استراتژی سازمان هستند. عوامل کلیدی موفقیت اشاره به آن دسته از عوامل مدیریتی و سازمانی می کند که باید برای پیشرفت در اجرای موفقیت آمیز برنامه ها، بطور اثربخشی تعریف و تبیین شوند. از آنجاییکه جاذبه صنعت بستگی به این عوامل کلیدی دارد، استراتژیها و اجزای آنها باید بوسیله مجموعه ای از فرایندهای توسعه دانش و داده های اطلاعاتی حمایت شوند. بررسی روابط موجود بین عناصر سیستم ها ما را به سمت درک جدیدی رهنمون می کند و این به معنی رسیدن به سطح دیگری از دانش است که در این سطح یک ارزش جدید بوجود می آید. این روابط بیان می کنند که نوآوری بستگی به تکامل تدریجی دانش دارد. از طرف دیگر، تمام فناوریهایی که در اقدامات مربوط به زنجیره ارزش وجود دارند باید با سطوح دانش مرتبط شوند و توسط آن حمایت شوند.

بعضی از انواع دانش که باعث استفاده و بهبود تکنولوژیها می شوند، می توانند به همراه جزئیات آنها نوشته شوند و در رویه ها و دستورالعمل ها ذکر شوند و بعضی از آنها به صورت ضمنی منتشر می شوند و از طریق دانش تجربی بدست می آیند. بعلاوه، موفقیت در تغییرات و اصلاحات فنی و موفقیت در اقدامات نوآورانه، باید بوسیله مدیریت دانش شفاف و پیشرفته مورد حمایت قرار گیرند. به عبارت دیگر نوآوری به طور چشمگیری بستگی به دانش و مدیریت آن دارد و مدیریت دانش باید به عنوان عامل هدایت کننده هر گونه کسب و کاری در نظر گرفته شود چرا که عواملی چون اکتساب دانش، توزیع دانش، توجه به نیروی انسانی آگاه، حساسیت به تغییرات محیطی و بازار و فرهنگ باز سازمانی را در بر می گیرد. تحقیق حاضر سعی می کند تا ارتباط بین مدیریت دانش و نوآوری را مورد تجزیه و تحلیل قرار دهد و آن دسته از عواملی را که باعث هدایت نوآوری می شود را شناسایی کند.

#### ۱-۲ تعریف موضوع:

بی تردید جهان امروز از ویژگیهای خاصی برخوردار است؛ تغییرات پرشتاب، جابجایی شدید در قدرت، پیچیدگی های فزاینده، رقابت روزافزون و پیشرفت های سریع علمی و تکنولوژیکی از ویژگیهای بارز جهان امروز است. طی دهه های اخیر مدیریت دانش به عنوان یکی از سیاستهای مهم هر سازمانی در آمده است به عبارت دیگر مدیریت دانش به یکی از وظایف سازمانها و جوامع تبدیل شده است. (نگاران، ۱۳۸۴). سازمانها امیدوارند که بتوانند عملکردشان را از طریق شناسایی چنین دانشی و برنامه ریزی برای نوآوری، بهبود بخشند. همچنین مدیریت دانش یکی از ابزارهای مهم برای تحقیق در بازار می باشد که این امر می تواند زمینه ساز و تسهیل کننده فرایند نوآوری در سازمان باشد. (Mcadam, 2000)

به طور کلی اهمیت دانش تا حدی است که از آن به عنوان عامل تعیین کننده موفقیت در سطوح مختلف فردی، سازمانی، اجتماعی، ملی و بین المللی مطرح شده است، مدیریت دانش شیوه جدیدی برای تفکر در مورد سازمان و تسهیم منابع فکری و خلاقانه سازمان است. مدیریت دانش به تلاشهایی اشاره دارد که به طور منظم برای

یافتن، سازماندهی و قابل دسترس بودن سرمایه های فکری سازمان و تقویت فرهنگ یادگیری مستمر و تسهیم دانش در سازمان صورت می گیرد. در چنین شرایطی، توجه مدیران به مقوله دانش بیش از پیش به شرط بقا و موفقیت سازمان تبدیل شده است. (عسگری، ۱۳۸۴)

سازمانها و افراد از بکارگیری مدیریت دانش برای رسیدن به اهداف متعددی استفاده می کنند که یکی از این اهداف تشویق و قادر ساختن سازمان در امر نوآوری است. مدیریت دانش از جمله مباحثی است که از آن به عنوان مقدمه ای برای نوآوری یاد میشود و نوآوری از جمله مقولاتی است که بقای سازمان به آن مربوط است. فکرها، نو و بدیع در سازمان همچون روحی در کالبد سازمان دمیده می شود و آن را از نیستی و فنا نجات می دهد. نوآوری سازمانی تقریبا شامل جنبه های حیاتی سازمان، سازو کارها، فرایندها، فعالیت ها و جنبه های خرد و کلان سازمان است و منجر به خارج کردن رقبا می شود به طوری که یک شرکت می تواند با نوآوری به مزیت رقابتی دست یابد و منافع طولانی مدت، مستمر و ممتازی را کشف کند.

(Rever&Dominiquini,2006)

با وجود تغییرات سریع کسب و کار که یکی از مشخصه های اصلی جهان امروزی است، نوآوری نقطه اتکاء هر سازمانی شده است. ماهیت رشد اقتصادی جهانی بوسیله سرعت نوآوری تغییر کرده است که این امر حاصل رشد سریع تکنولوژی، کوتاه شدن چرخه حیات محصول و نرخ بالاتر توسعه محصولات است. سازمانها مجبورند از این امر اطمینان حاصل کنند که استراتژیهای کسب و کار آنها نوآورانه است و منجر به کسب مزیت رقابتی می شود. اخیرا نوآوری به علت نیازهای متغیر مشتریان، فشار رقابتی شدید و تغییرات تکنولوژیکی سریع، دارای پیچیدگی بیشتری شده که این پیچیدگی، مخصوصا با وجود مقدار فزاینده دانش در دسترس سازمانها (به عنوان پایه و اساسی برای نوآوری) بیشتر شده است. نوآوری بطور وسیعی به در دسترس بودن دانش بستگی دارد، بنابراین وجود دانش غنی و مدیریت آن در سازمان برای اطمینان از نوآوری موفقیت آمیز ضروری به نظر می

رسد. همان طور که گفته شد این تحقیق به بررسی رابطه بین دو متغیر مدیریت دانش و نوآوری به منظور شناسایی عوامل موثر بر نوآوری، می پردازد. (Rever & Dominiquini, 2006)

## ۲-۲ علت انتخاب موضوع:

با توجه به اینکه امروزه سازمانها در محیطی متغیر و متلاطم فعالیت می کنند و سرعت تغییرات در حال افزایش است و عدم توجه به آن زوال سازمانی را در پی خواهد داشت، چنانچه سازمان مایل به بقا و رشد باشد باید تغییرات خودآگاهانه ای را در خود ایجاد کند و مدیران باید بتوانند با استفاده از ساز و کارهای مختلف ظرفیت سازمان را برای ابتکار و خلاقیت، یادگیری و واکنش سریع، بالا ببرند تا ضمن برآورده نمودن تقاضای جامعه در حال تحول، توانایی خود را برای کنترل سرنوشتشان افزایش دهند. مدیریت دانش تلاشی است برای کشف دارایی های نهفته در ذهن افراد و تبدیل این گنج پنهان به دارایی سازمانی بطوریکه مجموعه ای از افراد که در تصمیم گیریهای مشترک سازمان دخیل هستند، بتوانند از آن استفاده کنند. (داونپورت و پروساک، ۱۳۷۹). مدیریت دانش مهمترین داده برای نوآوری محسوب می شود، این جمله یکی از پیش فرض های سازمانهای جهانی است. مدیریت دانش یکی از راههایی است که سازمانها می توانند عواملی چون توسعه در زمینه های فنی و فرایندی، تقاضای مشتریان، تغییرات اجتماعی و تغییرات رفتار رقبا را به خوبی تحت نظر داشته باشد. نوآوری به چرخه مدیریت دانش بستگی دارد برای مثال از طریق وجود فرایندهای مدیریت دانش مثل ایجاد و توزیع و استفاده از دانش می توان مطمئن بود که همکاری و همچنین داده های مورد نیاز برای بروز نوآوری در سازمان وجود دارد.

تلاشهای نوآورانه شامل تحقیق برای کشف، آزمایش و توسعه تکنولوژیهای جدید، توسعه خدمات و محصولات جدید و ساختارهای سازمانی جدید است. این تلاشهای نوآورانه تبعات مستقیم سرمایه گذاری بروی دانش است. اگر مدیریت دانش بطور مثبتی تحقیقات و نوآوریها را تحت تاثیر قرار دهد، این سرمایه گذاریهای توسعه دانش جدید، سازمان را به سمت کسب و کار جدید هدایت می کند و سود بیشتری را نصیب سازمان می کند. برای



رسیدن به نتایج بهتر، تلاشهای نوآورانه ای همراستا با اهداف استراتژیک سازمان صورت می گیرد که این امر ممکن نمی شود مگر با وجود بالاترین سطح دانش فردی و سازمانی بنابراین این امر همیشه باید در نظر گرفته شود که توسعه دانش در زمینه نوآوری مبتنی بر فناوری، تخصص گرایی در فرایندهای کسب و کار و تولید محصولات قوی ترین منبع رقابت است.

از آنجایی که دانش و مدیریت اثربخش آن می تواند نقش مهمی در ایجاد افکار مبتکرانه در افراد داشته باشد و از آنجایی که در تحقیقات موجود توجه چندانی به رابطه بین این دو متغیر نشده است این تحقیق در نظر دارد تا وضوح و شفافیت بیشتری به این رابطه ببخشد و راهکارهایی را در جهت ایجاد زمینهای برای هر چه نوآورتر بودن سازمانها ارائه دهد.

### ۱-۳ اهداف تحقیق:

این تحقیق به تهیه بصیرتی به منظور فهم بهتر از مدیریت دانش با موضوع تاثیر و نفوذ آن در رقابت جویی و نوآوری، گرایش دارد. ملحوظات آن اهمیت قابل توجهی به افراد و کارمندان و تاثیر مشارکت حیاتی آنها در ارتقاء استراتژیها، مبذول می دارد و همچنین در آن کاربرد و نقش مدیران پررنگ تر شده است. با در نظر گرفتن این کاربردها، اهداف این تحقیق به این شرح است.

### -اهداف اصلی:

- ۱- تبیین رابطه بین فرایندهای مدیریت دانش و نوآوری در سازمان.
- ۲- شناسایی و تجزیه و تحلیل ابعادی از مدیریت دانش که بر مدیریت دانش تاثیر گذارند.

### -اهداف فرعی:

- ۱- بررسی اینکه کدامیک از فرایندها پیش بینی کننده قوی تری برای نوآوری هستند.
- ۲- شناسایی راههای افزایش نوآوری در سازمان از طریق مدیریت دانش.

#### ۴-۱ قلمرو زمانی تحقیق:

این پژوهش سازمان مورد نظر را به مدت یک سال (۸۸-۸۷) مورد مطالعه قرار می دهد.

#### ۵-۱ قلمرو مکانی تحقیق:

قلمرو مکانی این تحقیق به ادارات مرکزی بانک رفاه کارگران می شود.

#### ۶-۱ روش تحقیق:

چون این تحقیق به بیان وضع موجود می پردازد، توصیفی است و چون برای جمع آوری داده ها از ابزارهایی مثل پرسشنامه و منابع کتابخانه ای استفاده می کند پیمایشی است و به دلیل اینکه به بررسی رابطه بین متغیرها می پردازد از نوع همبستگی می باشد.

#### ۷-۱ فرضیات تحقیق:

فرضیه اصلی:

- بین فرایند های مدیریت دانش و نوآوری رابطه معنادار وجود دارد.

فرضیه های فرعی:

- بین فرایند اکتساب دانش و نوآوری رابطه معنادار وجود دارد.

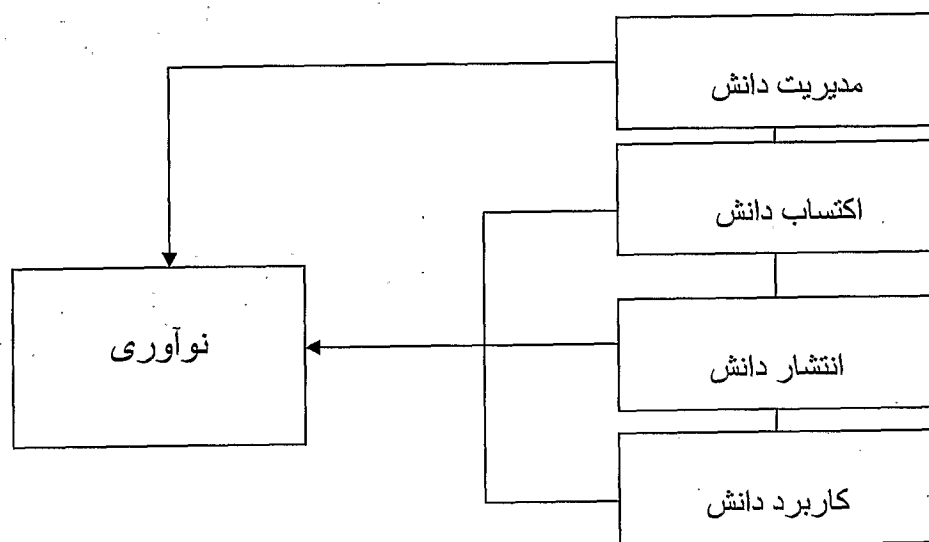
- بین فرایند توزیع دانش و نوآوری رابطه معنادار وجود دارد.

- بین فرایند کاربرد دانش و نوآوری رابطه معنادار وجود دارد.

#### ۸-۱ مدل مورد نظر تحقیق:

همانطور که در صفحات قبل ملاحظه شد، دانشمندان مدیریت، نظرات و تعاریف مختلفی از مدیریت دانش بیان کرده اند. پس از بررسی این نظریات، محقق تلاش نموده است تلفیقی از متغیرهای مورد بررسی توسط نویسندگان مختلف را شناسایی و برای سنجش میزان نوآوری در ادارات مرکزی بانک رفاه بکار گیرد. مدل

مدیریت دانش و نوآوری بکار رفته روی پیوستار تنظیم می گردد که یک طرف پیوستار فرایند های مدیریت دانش و طرف دیگر آن نوآوری آورده شده است. برای هر کدام از این متغیرها با توجه به ادبیات تحقیق، اجزایی در نظر گرفته شده است که پرسشنامه نیز بر اساس آن تهیه شده است.



#### ۹-۱ استفاده کنندگان از تحقیق:

- اساتید و دانشجویانی که در حال تحقیق در موضوع های مرتبط می باشند.
- کلیه سازمانها که هدف شناسایی راهکارهای افزایش نوآوری را دارند.

### ۱-۱۰ تعریف عملیاتی متغیرها:

مدیریت دانش: کوششی هماهنگ است برای تصرف دانش حیاتی سازمان، به اشتراک گذاشتن دانش سازمانی و ایجاد سازو کارهایی به منظور استفاده از این دانش برای بهبود فرایندهای تصمیم‌گیری، افزایش بهره‌وری و نوآوری.

دانش: عبارتست از استدلال درباره اطلاعات بمنظور هدایت انجام کار، حل مساله و اتخاذ تصمیم برای عمل کردن، آموختن و یاد دادن.

اکتساب دانش<sup>۱</sup>: یکی از جنبه‌های مهم مدیریت دانش است که به هر دو جنبه دانش‌اندوزی یعنی هم کسب دانش سازمان و هم خلق دانش سازمان با هم و به موازات هم اهمیت می‌دهد.

توزیع دانش<sup>۲</sup>: برای اینکه دانش ارزشمند شود باید با دیگران تقسیم شود. این مرحله به فرایند به اشتراک گذاشتن و گسترش دادن دانش، اشاره می‌کند.

کاربرد دانش<sup>۳</sup>: اقدامی است دانش محور که به واکنش سریع و به موقع به انواع مختلف دانش (دانش مربوط به رقبا، مشتریان و تکنولوژی) کسب شده از محیط داخلی و خارجی سازمان اشاره می‌کند.

نوآوری<sup>۴</sup>: خلق و پیاده‌سازی یک محصول (کالا و خدمات) یا فرایند جدید یا کاملاً بهبود یافته، یک روش بازاریابی جدید یا کاملاً بهبود یافته یا یک متدولوژی سازمانی جدید در فعالیت‌های تجاری، سازمان محل کار و یا ارتباطات خارجی می‌باشد

1.knowledge acquisition

2.knowledge dissemination

3.knowledge application

4.innovation