

بررسی رابطه مدیریت دانش با نوآوری (از دیدگاه کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد ارومیه)

الهام بابازاده 1، جعفرصادق فیضی 2

1- دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ارومیه، ایران

Eli.ba27@yahoo.com

2- دکترای مدیریت بازرگانی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ارومیه، ایران

serira@yahoo.com

چکیده:

دانش به عنوان اساس و مهمترین عامل رقابت مطرح شده است و در کنار دانش، نوآوری نیز به عنوان مهمترین عامل جهت بقای شرکت های فناور و دانش بنیان شناخته شده است. فرایند دانش آفرینی، همان تولید دانش و در نهایت تبدیل آن به محصولات و خدمات از طریق مفهوم نوآوری است. تحقیقات مربوط به نوآوری بیان می کند که شرکت ها در تبدیل تکنولوژی جدید به موفقیت تجاری، نیازمند دارایی های مکمل از جمله خلاقیت و نوآوری می باشند. شرکت هایی با ابداع گری های بزرگتر، در پاسخ به محیط های متغییر و در توسعه توانایی های جدیدی که به آنها اجازه رسیدن به عملکرد بهتر را می دهد، موفق تر خواهند بود. هدف از این تحقیق بررسی میزان تاثیر مدیریت دانش بر نوآوری در بین کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد ارومیه می باشد. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت از نوع توصیفی و همبستگی می باشد. یافته های پژوهش نشان دهنده وجود رابطه معنی دار بین مدیریت دانش و نوآوری (محصول، فرآیند، تدریجی و بنیادی) می باشد. بنابر این از بسیاری از کارکنان توجه به مدیریت دانش باعث افزایش نوآوری در آنها خواهد گردید.

کلمات کلیدی: مدیریت دانش، نوآوری محصول، نوآوری فرآیند، نوآوری تدریجی، نوآوری بنیادین (رادیکال)