

## اثر مدیریت دانش بر بهبود رفتارهای نوآوانه با نقش میانجی هوش تجاری در بانک سپه تبریز

محمد جدالی

کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران. (نویسنده مسئول).

mjedali76@gmail.com

فرشید جدالی

کارشناسی ارشد مهندسی فناوری اطلاعات، موسسه آموزش عالی فاران مهر دانش، تهران، ایران.

jedaly1366@gmail.com

شماره ۴۰ بهار ۱۴۰۰ (جلد سوم) / صص ۱-۱۲  
چشم انداز حسابداری و مدیریت (دوره چهارم)

### چکیده

تغییر و نوآوری در فعالیت های سازمانی تلاش برای بهسازی سازمان است. سازمان های نوآور در پاسخ به تغییرات محیطی و همچنین گسترش قابلیت های جدید که به آنها برای دستیابی به عملکرد بالاتر کمک می کند، موفق تر هستند. در این بین مدیریت دانش به عنوان بستری برای دستیابی به رفتارهای نوآورانه تاثیر گذار است. در پژوهش حاضر، تاثیر مدیریت دانش بر بهبود رفتارهای نوآورانه با نقش میانجی هوش تجاری در بانک سپه تبریز مورد بررسی قرار گرفته است. روش پژوهش مورد استفاده توصیفی و همبستگی بوده و جامعه آماری پژوهش شامل مدیران و معاونان شعب بانک سپه است که با توجه به محدود و در دسترس بودن به صورت سرشماری انتخاب شدند. اعتبارسنجی ابزار گردآوری داده ها، به وسیله روایی محتوایی و برای برآورد پایایی آنها از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است. همچنین برای آزمون فرضیه های تحقیق از نرم افزارهای spss و lisrel استفاده شد. یافته پژوهش نشان داد که فرضیه های تحقیق تأیید شده و مدیریت دانش از طریق هوش تجاری بر رفتار نوآورانه کارکنان تاثیر مثبت داشته است.

**واژه های کلیدی:** مدیریت دانش، رفتارهای نوآورانه، هوش تجاری، بانک سپه.

### مقدمه

تغییر و نوآوری در فعالیت های سازمانی تلاش برای بهسازی سازمان است (احمدیان و همکاران، ۱۳۹۸). توانایی سازمان ها برای نوآوری مستمر و بهبود خدمات و محصولات امری حیاتی است (صلح دوست و جعفرزاده کرمانی، ۱۳۹۵). جهان امروز بی تردید از ویژگی های خاصی برخوردار است. یکی از ویژگی ها، افزایش سرعت تغییر، ابتکار و نوآوری است که باعث شده است که سازمان ها کارآفرینی را به عنوان مزیت رقابت در نظر بگیرند، در این میان یکی از مهم ترین و اساسی ترین سازوکارهای خلق مزیت رقابتی پایدار، استفاده از نوآوری در محصولات و ارائه خدمات و روی آوردن آنها به رفتارهای کارآفرینانه است. توجه ویژه به توسعه رفتارهای کارآفرینانه در فرایندهای عملیاتی و خدماتی در صنعت بیمه و بهبود عملکرد مالی از عوامل اساسی است که امروزه این شرکت ها باید به آن توجه لازم را داشته باشند. با این حال، محیط نهادی است که زمینه را برای