

عنوان مقاله:

نقش مدیریت دانش در افزایش مزیت رقابتی کسب و کارهای کوچک

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی توانمند سازی جامعه در حوزه علوم انسانی و مطالعات مدیریت (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسنده:

سمانه معلم زاده - کارشناس ارشد کرمان

خلاصه مقاله:

طرح مساله: امروزه مدیریت دانش به عنوان راهبردی برای بهبود رقابت پذیری سازمانی به شمار می آید. هدف نقش مدیریت دانش در افزایش مزیت رقابتی کسب و کارهای کوچک می باشد. روش: مطالعه حاضر از نوع مطالعات توصیفی و روش همبستگی می باشد. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه شرکت های کوچک استان کرمان می باشد که از این تعداد 62 شرکت به روش سرشماری بعنوان حجم نمونه انتخاب شد. در این تحقیق از دو پرسشنامه مدیریت دانش بر اساس مدل هیکس و داترو 2006 با روایی 0/88 و پایایی 0/94 و پرسشنامه مزیت رقابتی بر اساس مدل پورتر 2002 با روایی 0/84 و پایایی 0/96 استفاده شده است. یافته ها: اطلاعات جمع آوری شده با استفاده از نرم افزار SPSS و ضرایب همبستگی پیرسون و رگرسیون چند متغیره تجزیه و تحلیل گردید. نتیجه گیری: نتایج تحقیق نشان داد که مدیریت دانش در افزایش مزیت رقابتی کسب و کارهای کوچک تاثیر معنی داری دارد، همچنین خلق دانش، نشر دانش، کاربرد و ذخیره دانش در افزایش مزیت رقابتی کسب و کارهای کوچک تاثیر معنی داری دارد. می توان نتیجه گرفت که یکی از مهم ترین ابزارهایی که سازمانها برای حصول موفقیت در آینده می توانند از آن بهره گیرند مدیریت دانش خواهد بود.

کلمات کلیدی:

مدیریت دانش، مزیت رقابتی، کسب و کارهای کوچک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/877778>

