

عنوان مقاله:

بررسی رابطه مدیریت دانش با توسعه محصولات جدید در شعب بانک ملت شهرستان ساوه سال 1398

محل انتشار:

سومین کنفرانس ملی نوآوری و تحقیق در علوم انسانی و مطالعات فرهنگی اجتماعی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

سیدمهام الدین طباطبایی - مدرس موسسه آموزش عالی ناصر خسرو ساوه ایران

مجید فاتح پور - عضو هیئت علمی گروه مدیریت موسسه آموزش عالی ناصر خسرو ساوه ایران

محمدعلی معینی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی بازاریابی موسسه آموزش عالی ناصر خسرو ساوه ایران

خلاصه مقاله:

این پژوهش با هدف بررسی بررسی رابطه مدیریت دانش و توسعه محصولات جدید در بانک ملت شعبات شهرستان ساوه در سال 1398 صورت گرفت. این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ روش گردآوری داده ها توصیفی و از نوع همبستگی بود. جامعه آماری شامل کلیه کارکنان بانک ملت به تعداد 120 نفر بود که از میان آن ها با استفاده از فرمول مورگان و روش نمونه گیری تصادفی ساده، 92 نفر به عنوان حجم نمونه در نظر گرفته شد. روش جمعآوری داده ها بر اساس پاسخ های جمع آوری شده از پرسشنامه استاندارد مدیریت دانش شرون لاوسون (2005) با 24 سوال و پرسشنامه استاندارد توسعه محصول هی و همکاران (2014) با 5 پرسش بود. پایایی این پرسشنامه با استفاده از روش آلفای کرونباخ برای تمامی ابعاد پرسشنامه بیش از 0.7 بدست آمد که نشان از پایایی مناسب ابزار پژوهش داشت. تجزیه و تحلیل اطلاعات بدست آمده از اجرای پرسشنامه ها از طریق نرم افزار SPSS در دو بخش توصیفی و استنباطی (آزمون کولموگروف-اسمیرنف، آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون) انجام پذیرفت. نتایج نشان داد رابطه مدیریت دانش با توسعه محصولات جدید در بانک ملت شهرستان ساوه به عنوان فرضیه اصلی بصورت مثبت معنادار شده است. همچنین تاثیر ابعاد مدیریت دانش، شامل: خلق دانش، توزیع دانش، ثبت، ذخیره و نگهداری دانش، کاربرد و بهره برداری دانش و ارزیابی و بازخور دانش در قالب فرضیات فرعی نیز بصورت مثبت معنادار تایید شده اند.

کلمات کلیدی:

مدیریت دانش، خلق دانش، توزیع دانش، ثبت و نگهداری دانش، کاربرد و بهره برداری دانش، ارزیابی و بازخور دانش، توسعه محصول

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/967465>

