

عنوان مقاله:

نقش جذب دانش در نوآوری سازمان صدا و سیما استان گیلان

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی اقتصاد، مدیریت، حسابداری و علوم اجتماعی (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

محمد جعفرپور - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت

حمیدرضا رضائی کلیدبری - استادیار گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت

خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش بررسی نقش جذب دانش در نوآوری واحدهای سازمان صدا و سیما مرکز گیلان است. با توجه به اهمیت کسب اطلاعات در جامعه رقابتی امروز، جذب دانش برای استفاده کارکنان و سازمان امری ضروری و اجتناب ناپذیر به نظر می رسد. ظرفیت جذب دانش را توانایی یک شرکت در یادگیری از یک شرکت دیگر تعریف نموده و شامل ابعادی همچون شناسایی، اکتساب، ادغام، انتقال و استفاده از دانش است. از طرفی نوآوری فرآیندی است که در آن دانش با هدف خلق دانش جدید کسب، تسهیم و تلفیق می شود تا خدمات جدیدی به مخاطب ارائه شود. مطالعات مختلف نشان داده است که مفهوم جذب دانش ارتباط نزدیکی با نوآوری داشته و منجر به بهبود نوآوری در سازمان می شود. با توجه به اینکه هدف این تحقیق، مطالعه نقش جذب دانش در نوآوری سازمان صدا و سیما مرکز گیلان است، روش تحقیق توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری مورد نظر 35 واحد صدا و سیما مرکز گیلان بوده که موضوع تحقیق در آنها مصداق پیدا میکند. با استفاده از نمونه گیری غیر احتمالی در دسترس 32 واحد با استفاده جدول مورگان به عنوان نمونه انتخاب شده اند. ابزار جمع آوری داده ها برای سنجش ظرفیت جذب و نوآوری سازمانی، پرسشنامه های استاندارد است که پایایی ابزار با استفاده از آلفای کراباخ برای پرسشنامه ظرفیت جذب دانش 0/94 و پرسشنامه نوآوری سازمانی 0/95 محاسبه گردید. داده های بدست آمده با نرم افزار spss18 تجزیه و تحلیل گردید و نتایج آزمون رگرسیون نشان داد که ظرفیت جذب دانش بر نوآوری تاثیر دارد.

کلمات کلیدی:

ظرفیت جذب، جذب دانش، نوآوری سازمانی، توانایی جذب دانش صدا و سیما

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/301634>

