



دانشگاه پیام نور
دانشکده علوم انسانی

مرکز گرمسار

پایان نامه جهت دریافت درجه کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی

موضوع :

بررسی عوامل موثر بر آمادگی سازمانی بانکهای خصوصی برای به اشتراک گذاری موفق دانش

سازمانی

استاد راهنما : جناب آقای دکتر سرلک

استاد مشاور اول : جناب آقای دکتر امیرخانی

استاد مشاور دوم : جناب آقای دکتر ناظریان

پژوهشگر : محسن شهیدی

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

تقدیر و تشکر :

❖ ازجناب آقای دکتر سرلک استاد محترم راهنمای تحقیق بخاطر راهنمایی های

ارزشمندشان که انجام این تحقیق را میسر ساختند، سپاسگزارم.

❖ ازجناب آقای دکتر امیرحسین امیر خانی استاد محترم مشاور تحقیق بخاطر مشاوره

های ارزشمندشان که موجب پر بار شدن این تحقیق شدند، سپاسگزارم.

❖ ازجناب آقای دکتر ناظریان استاد محترم مشاور تحقیق بخاطر مشاوره های

ارزشمندشان، سپاسگزارم.

تقدیم به :

❖ همسر من که در تمامی مراحل تحصیل و بخصوص انجام این رساله مشوق و همراه من بوده اند.

چکیده

هدف تحقیق حاضر این است تا بررسی نماید عوامل موثر بر به اشتراک گذاری موفقیت آمیز دانش در بانکهای خصوصی کشور کدامست؟ در این راستا پس از مرور ادبیات تحقیق و مطالعه مقدماتی بانک های خصوصی کشور، 6 فرضیه تحقیق تدوین گردید. برای آزمون فرضیات تحقیق نمونه ای به حجم 173 نفر از بین بانک های خصوصی مستقر در شهر تهران انتخاب شد. سپس پرسشنامه تحقیق که از پایایی 86 درصد برخوردار بود بین نمونه آماری توزیع گردید. پس از جمع آوری پرسشنامه ها، داده ها تلخیص، طبقه بندی و در نرم افزار SPSS وارد گردید. در این تحقیق از تکنیک های آمار توصیفی برای تجزیه و تحلیل متغیر های جمعیت شناختی تحقیق و از تکنیک کای اسکوئر برای تجزیه و تحلیل فرضیات تحقیق استفاده شد. نتایج بدست آمده نشان داد که کلیه فرضیات تحقیق تایید شده است. رتبه بندی عوامل تحقیق نشان داد که متغیر جو باز رهبری از بیشترین تاثیر و متغیر برخورداری از چشم انداز تغییر از کمترین تاثیر بر روی به اشتراک گذاری دانش برخوردار است. درخاتمه پیشنهادهایی که برآمده از نتایج آماری تحقیق بود پیشنهاد گردید.

واژگان کلیدی تحقیق:

مدیریت دانش، به اشتراک گذاری دانش، بانک های خصوصی کشور

فهرست مطالب

صفحه	فصل اول: کلیات تحقیق
9	مقدمه
10	بیان مسأله اصلی تحقیق
11	اهمیت و ضرورت انجام تحقیق
12	فرضیه‌های تحقیق
12	اهداف
13	کاربردهای تحقیق
13	روش انجام تحقیق
14	فرایند تحقیق
15	ابزار گردآوری داده‌ها
15	جامعه آماری و تعداد نمونه
15	روش نمونه‌گیری
15	روش تجزیه و تحلیل اطلاعات و فرضیه‌های تحقیق
16	قلمرو تحقیق
16	محدودیت‌های تحقیق
16	تعریف عملیاتی واژگان
	فصل دوم: ادبیات تحقیق
18	مقدمه
19	مفاهیم کلیدی مدیریت دانش
20	انواع دانش
21	ارتباط بین داده، اطلاعات و دانش
23	ارزش دانش برای سازمان‌ها
26	ویژگی‌های عملی دانش
28	مفهوم مدیریت دانش
29	هدف مدیریت دانش
30	مزایا و اهمیت مدیریت دانش
33	فرایند تبدیل دانش و انواع آن
35	مراحل فرایند مدیریت دانش
38	راهبردهای انتقال دانش
39	سیستم مدیریت دانش
40	نقش فناوری‌ها و سیستم‌های اطلاعاتی در مدیریت دانش
40	نسل‌های مختلف مدیریت دانش
42	مدل مورد استناد به اشتراک گذاری مدیریت دانش در این تحقیق
47	معرفی بانکهای خصوصی مستقر در شهر تهران

فصل سوم: روش شناسی تحقیق

56	مقدمه
56	روش تحقیق
61	روش‌های جمع آوری اطلاعات
63	روایی و پایایی پرسشنامه
65	جامعه آماری
65	نمونه آماری
66	روش نمونه گیری
67	قلمرو تحقیق

فصل چهارم: جمع آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات

70	مقدمه
70	بخش اول: تجزیه و تحلیل متغیرهای جمعیت شناختی تحقیق به کمک آمار توصیفی
76	بخش دوم: تجزیه و تحلیل متغیرهای جمعیت شناختی تحقیق به کمک آمار استنباطی
82	رتبه بندی عوامل موثر به اشتراک گذاری دانش در بانک‌های خصوصی کشور
83	رتبه بندی شاخص‌های جو باز رهبری
84	رتبه بندی شاخص‌های جو یادگیری از شکست‌ها
84	رتبه بندی شاخص‌های عوامل رضایت از فرایندهای تغییر
85	رتبه بندی شاخص‌های کیفیت اطلاعات
85	رتبه بندی شاخص‌های گرایش به داشتن عملکرد موثر
86	رتبه بندی شاخص‌های وجود چشم انداز مثبت نسبت به آینده

فصل پنجم: نتیجه گیری و ارائه پیشنهادات

88	مقدمه
88	نتایج مربوط به متغیرهای جمعیت شناختی
89	نتایج مربوط به فرضیات تحقیق
91	تحلیل نتایج تحقیق
93	پیشنهادات کاربردی برآمده از نتایج تحقیق
95	فهرست منابع
100	پیوستها

فصل اول: کلیات تحقیق

صفحه

9	مقدمه
10	بیان مسأله اصلی تحقیق
11	اهمیت و ضرورت انجام تحقیق
12	فرضیه‌های تحقیق
13	اهداف
13	کاربردهای تحقیق
13	روش انجام تحقیق
14	فرایند تحقیق
15	ابزار گردآوری داده‌ها
15	جامعه آماری و تعداد نمونه
15	روش نمونه گیری
15	روش تجزیه و تحلیل اطلاعات و فرضیه‌های تحقیق
16	قلمرو تحقیق
16	محدودیت‌های تحقیق
16	تعریف عملیاتی واژگان

مقدمه

امروزه در عرصه علم و عمل این اعتقاد وجود دارد که سازمان‌ها با قدرت دانش و مدیریت دانش می‌توانند برتری‌های بلندمدت خود را در عرصه‌های رقابتی حفظ کنند. در حال حاضر چشم‌اندازهای رقابتی سازمان‌ها نشان‌دهنده تأثیرات این دیدگاه در عرصه‌های راهبردی سازمان‌های تجاری است. اگر سازمانی به راحتی نتواند شکل صحیح دانش را کسب و آن را در بین افراد و واحدهای خود توزیع نماید، در عرصه‌های رقابتی با مشکل مواجه خواهد شد.

بحث مدیریت دانش و تسهیم و به اشتراک گذاری دانش در حال حاضر به موضوع مهمی برای مدیران سازمانهای ایرانی و همچنین مدیران بانک‌های تجاری کشور تبدیل شده است. بانک‌های خصوصی به عنوان یکی از ارکان مهم نظام بانکداری کشور نیازمند این هستند که دانش مکتسبه را در بین کارکنان خود به اشتراک بگذارند. بانک‌های خصوصی به عنوان بانک‌هایی با ساختار جدید مجبورند بر خلاف بانک‌های سنتی دانش را در سطح کارکنان خود نهادینه نموده و به منظور کسب مزیت رقابتی به کارکنان خود به عنوان کارگزاران دانشی نگاه کنند.

تحقیق حاضر در تلاش است تا عوامل موثر بر به اشتراک گذاری موفقیت آمیز دانش در بانک‌های خصوصی کشور را شناسائی نماید. برای دستیابی به این هدف فصل اول به نحوی سازماندهی شده است تا کلیات تحقیق را بطور مختصر و مفید نشان دهد. بدین منظور در فصل اول پس از ذکر مقدمه مباحثی نظیر: بیان مساله اصلی تحقیق، اهمیت و ضرورت انجام تحقیق، فرضیات تحقیق، اهداف تحقیق، کاربردهای تحقیق، روش انجام تحقیق، ابزار گردآوری داده‌ها، جامعه آماری و تعداد نمونه، روش تجزیه و تحلیل آماری، محدودیت‌های انجام تحقیق و تعریف عملیاتی واژگان تحقیق ارائه شده است.

بیان مسأله اصلی تحقیق

در سال‌های اخیر بحث دانش و مدیریت دانش به موضوع بحث محافل علمی و عملی تبدیل شده است. دانش باعث خلق مزیت رقابتی می‌شود و سازمان‌هایی که قادر به کسب دانش کاری موردنیاز خود و استفاده درست از آن نباشند، در عرصه رقابت، محکوم به شکست هستند. دانش، شکل تکامل یافته اطلاعات و داده است. به عبارت دیگر دانش شکل غنی شده و بارور شده اطلاعات است که با درک چگونگی و چرایی انجام امور همراه است.

سازمان‌های نوین در شرایط رقابتی پیچیده‌ای قرار گرفته‌اند که ناشی از تغییرات محیطی، سازمانی، فناوری و دانش می‌باشد. در شرایط غیرقابل پیش‌بینی و بسیار رقابتی، به دانش و مدیریت دانش به‌عنوان راهبردی کلیدی برای موفقیت و بقای سازمانی توجه می‌شود. در این شرایط باید سازمانها دانش مورد نیاز خود را خلق و یا اکتساب نمایند و آنرا در بین کارکنان خود به اشتراک بگذارند. به‌طور کلی دانش به دو نوع ضمنی و صریح (آشکار) تقسیم می‌شود. دانش ضمنی دانش شخصی و ابراز نشده‌ای است که در ذهن یک فرد قرار دارد. به‌عبارت دیگر، دانش ضمنی، دانشی است که هرگز به‌طور کامل و قابل فهم برای سایرین بیان، ثبت، مستند و یا مدون نشده است. دانش صریح یا آشکار، دانشی است که به‌طور قابل فهم برای سایرین بیان، ثبت، مستند یا مدون شده است. فرایند مدیریت دانش شامل ایجاد و کسب دانش، کدبندی و سازماندهی دانش، توزیع و به اشتراک گذاری دانش و استفاده عملی از دانش است. هدف مدیریت دانش کسب دانش لازم و تبدیل دانش ضمنی به دانش آشکار و به اشتراک گذاری آن است. تبدیل دانش ضمنی به دانش صریح و آشکار و به اشتراک گذاری آن در بین کارکنان سازمان، آن چیزی است که مورد تأکید سازمان‌ها قرار گرفته است، زیرا سازمان‌ها مایلند که با رفتن شخص صاحب دانش از سازمان، دانش آن شخص به‌صورت مستند و مکتوب در سازمان باقی بماند و کارکنان سازمان بتوانند به سهولت به آن دسترسی داشته باشند.

امروزه بحث مدیریت دانش و تسهیم و به اشتراک گذاری دانش به موضوع مهمی برای مدیران سازمانهای ایرانی تبدیل شده است. بانک‌های خصوصی کشور به عنوان یکی از ارکان مهم نظام بانکداری کشور به موضوع مدیریت دانش و به اشتراک گذاری دانش علاقمند شده‌اند. دلیل علاقه این بانکها به این موضوع از این مساله

نشأت می‌گیرد که این بانک‌ها برای رقابت با بانک‌های دولتی که از سابقه و توان مالی کافی برخوردارند، به دانش کافی نیاز دارند. از طرف دیگر دانشی که در نزد مدیران عالی این بانک‌ها نگهداری شود ارزش عملیاتی چندانی برای این بانک‌ها ندارد. این بانک‌ها نیازمند این هستند که دانش مکتسبه را در بین کارکنان خود به اشتراک بگذارند. بانک‌های خصوصی به عنوان بانک‌هایی با ساختار جدید مجبورند بر خلاف بانک‌های سنتی دانش را در سطح کارکنان خود نهادینه نموده و به منظور کسب مزیت رقابتی به کارکنان خود به عنوان کارگزاران دانشی نگاه کنند. بر این اساس مساله تحقیق حاضر این است بررسی نماید عوامل موثر بر به اشتراک گذاری موفقیت‌آمیز دانش در بانک‌های خصوصی کشور کدامست؟

اهمیت و ضرورت انجام تحقیق

بیشتر سازمان‌ها راهبرد مدیریت دانش را به‌عنوان مبنایی برای رقابت و کسب مزیت رقابتی به کار می‌برند. همانطور که در بخش بیان مساله اشاره گردید یکی از اهداف اصلی مدیریت دانش کسب دانش مورد نیاز، تبدیل دانش ضمنی به صریح و به اشتراک گذاری آن در بین کارکنان می‌باشد. به اشتراک گذاری دانش در بین کارکنان بانک‌های خصوصی و مجهز نمودن کارکنان به دانش روز باعث کسب مزیت رقابتی برای این بانک‌ها می‌شود. از طرف دیگر کارگزاران مدیریت دانش، مزایای به اشتراک گذاری دانش را علاوه بر کسب مزیت رقابتی، در قلمروهای زیر ذکر می‌کنند:

- ارتقاء تصمیم‌گیری از طریق تشخیص به هنگام مسائل

- بهبود اثربخشی و کارایی عملکرد سازمان

- بهبود در قدرت رقابتی سازمان

- توانایی ایجاد راه‌حل‌های فنی سریع برای حل مشکلات مشتریان

- افزایش پاسخگویی به مشتریان (وانگ و اسپینوال، 2006، ص 635)

- تسریع روند نوآوری و خلاقیت در محصولات، خدمات و عملیات سازمان از طریق به گردش درآوردن

جریان آزاد ایده‌ها و پیشنهادهای

- تقویت درآمدها از طریق افزایش سرعت ارائه محصولات و خدمات سازمان به جامعه و بازار
- بهبود وضعیت و ابقای حضور کارکنان سازمان از طریق به رسمیت شناختن ارزش کارکنان، دانش آنان
و دادن پاداش به کارکنان فرهیخته و تلاشگر
بانک‌های خصوصی کشور امیدوارند به مدد مدیریت دانش و به اشتراک گذاری دانش به بخش مهمی از اهداف
فوق جامعه عمل بپوشانند.

فرضیه های تحقیق

- 1- بین جو رهبری باز و به اشتراک گذاری موفق دانش رابطه معنا داری وجود دارد.
- 2- بین درس گرفتن از شکست هاو به اشتراک گذاری موفق دانش رابطه معنا داری وجود دارد.
- 3- بین کیفیت اطلاعات و به اشتراک گذاری موفق دانش رابطه معنا داری وجود دارد
- 4- بین گرایش به داشتن عملکرد موثر و به اشتراک گذاری موفق دانش رابطه معنا داری وجود دارد
- 5- بین رضایت از فرایندهای تغییر و به اشتراک گذاری موفق دانش رابطه معناداری وجود دارد
- 6- بین برخورداری از چشم انداز مثبت نسبت به آینده و به اشتراک گذاری موفق دانش رابطه معنا داری وجود
دارد

اهداف

هدف اصلی تحقیق حاضر شناسایی عوامل موثر بر به اشتراک گذاری موفق دانش در بانک‌های خصوصی کشور
است.

کاربردهای تحقیق

این تحقیق عوامل موثر بر به اشتراک گذاری موفق دانش در بانک‌های خصوصی را مشخص می‌سازد و داده‌های ارزشمندی را برای مدیران بانک‌های خصوصی فراهم می‌نماید. امید است مدیران بانک‌های خصوصی بتوانند با استفاده از این فاکتورها و اولویت‌بندی آنها در تسهیم و به اشتراک گذاری دانش گامی موثر برداشته چرا که به اشتراک گذاری موفق دانش عاملی موثر در کسب مزیت رقابتی برای بانک‌های خصوصی محسوب می‌شود.

روش انجام تحقیق

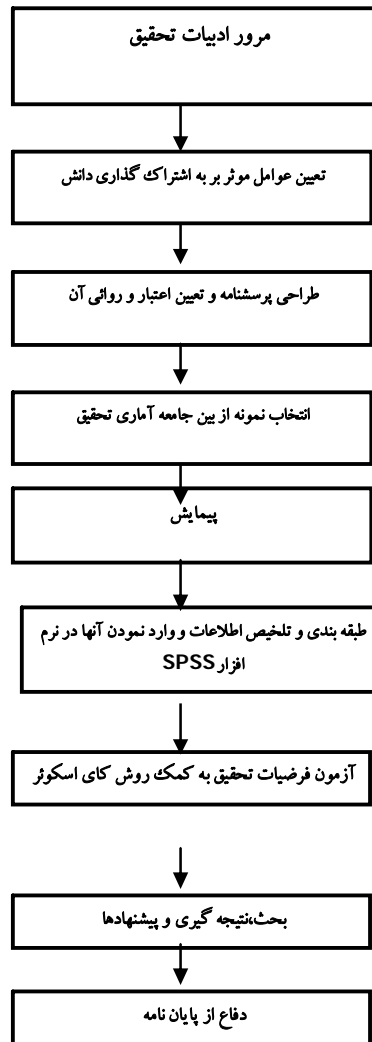
روش انجام تحقیق کاربردی و از نظر فرایند توصیفی-پیمایشی می‌باشد.

تحقیق توصیفی آنچه را که هست توصیف می‌کند و تحقیق پیمایشی به ارزیابی نگرشها و عقاید کارکنان می‌پردازد.

فرایند تحقیق :

در شکل شماره 1-3 نمای کلی فرایند تحقیق حاضر نشان داده شده است .

شکل شماره 1-3 : شمای کلی فرایند تحقیق حاضر



ابزار گردآوری داده ها

داده ها و اطلاعات مورد نیاز این تحقیق از طریق روش های مختلفی نظیر بررسی اسناد و مدارک، مشاهده، مصاحبه ، پرسشنامه و مراجعه به سایت های اینترنتی جمع آوری خواهد شد. در بین روش های یاد شده پرسشنامه از نقش بیشتری در جمع آوری اطلاعات لازم برخوردار خواهد بود.

جامعه آماری و تعداد نمونه

جامعه آماری این تحقیق را روسای شعب بانک های خصوصی مستقر در تهران که حدود 500 نفر بر آورد می شود، تشکیل می دهد. نمونه مورد نظر نیز از بین این جامعه انتخاب می شود .
با توجه به محدود بودن حجم جامعه آماری، تعداد نمونه به کمک فرمول آماری مربوط به جامعه محدود حدود 173 نفر تعیین شده است.

روش نمونه گیری

در این پژوهش، روش نمونه گیری ، روش تصادفی طبقه ای می باشد . یعنی پس از طبقه بندی بانک های خصوصی به طور تصادفی از بین روسای شعب بانک های خصوصی مستقر در تهران نمونه لازم انتخاب می شود.

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات و فرضیه های تحقیق

در این تحقیق از تکنیک های آمار توصیفی برای تجزیه و تحلیل متغیرهای جمعیت شناختی تحقیق و از تکنیک های آمار استنباطی نظیر کای اسکوئر (کای مربع) برای تجزیه و تحلیل فرضیات تحقیق استفاده خواهد شد. همچنین برای محاسبه پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده بعمل خواهد آمد. روش ها و تکنیک های آماری مذکور به کمک نرم افزار SPSS به اجرا در خواهد آمد.

قلمرو تحقیق

قلمرو موضوعی: تحقیق حاضر، به اشتراک گذاری موفق دانش سازمانی در بانک‌های خصوصی کشور است.

فصل دوم: ادبیات تحقیق

قلمرو زمانی تحقیق: بازه زمانی تحقیق حاضر 6 ماهه منتهی به اردیبهشت 1388 را شامل می‌شود.

قلمرو مکانی تحقیق: تحقیق حاضر در بانک‌های خصوصی شهر تهران انجام خواهد شد.

محدودیت های تحقیق

کم بودن تحقیقات مشابه، عدم همکاری برخی از مدیران و کارشناسان شعب برخی از بانک های خصوصی و امکان دسترسی به برخی منابع و اطلاعات از مهم ترین محدودیت‌های این تحقیق بوده است.

تعریف عملیاتی واژگان تحقیق

داده: داده‌ها آمار، ارقام و واقعیت‌های خام و پردازش نشده هستند.

اطلاعات: اطلاعات داده‌هایی هستند که پردازش، تبدیل و ترکیب شده‌اند تا شکل معین و معنا داری بگیرند و آگاهی بیشتری را به فرد منتقل کنند.

دانش: دانش شکل غنی شده و بارور شده اطلاعات می‌باشد که همراه با فهمیدن چگونگی و چرایی است.

مدیریت دانش:

مدیریت دانش به‌عنوان فرآیند جمع‌آوری، سازماندهی و ذخیره‌سازی تخصص‌ها و تجربه‌های سازمانی از جاهایی که وجود دارد و توزیع آنها در جاهایی که می‌تواند به بهبود و تغییر ادراکات و عملکرد کارکنان سطوح مختلف سازمان یا ایجاد درآمد بیشتر و به‌طور کلی ایجاد ارزش برای سازمان کمک کند، تعریف می‌شود.

به اشتراک گذاری دانش

منظور از به اشتراک گذاری دانش این است که دانش سازمانی را در بین افراد و گروه‌های سازمانی توزیع نماییم و دسترسی آنها را به دانش مورد نیاز برقرار سازیم.

18	مقدمه
19	تعریف داده، اطلاعات و دانش
20	انواع دانش
21	ارتباط بین داده، اطلاعات و دانش
23	ارزش دانش برای سازمان‌ها
26	ویژگی‌های عملی دانش
28	مفهوم مدیریت دانش
29	هدف مدیریت دانش
30	مزایا و اهمیت مدیریت دانش
33	عوامل موثر بر گرایش به مدیریت دانش
35	فرایند تبدیل دانش و انواع آن
38	مراحل فرایند مدیریت دانش
39	راهبردهای انتقال دانش
40	سیستم مدیریت دانش
40	نقش فناوری‌ها و سیستم‌های اطلاعاتی در مدیریت دانش
42	مدل مورد استناد به اشتراک گذاری مدیریت دانش در این تحقیق
50	معرفی بانکهای خصوصی مستقر در شهر تهران

مقدمه

در سال‌های اخیر، مدیریت دانش به موضوع بحث محافل علمی و عرصه‌های عملی تبدیل شده است. جوامع علمی و عملی هر دو بر این باورند که سازمان‌ها با قدرت دانش می‌توانند برتری‌های بلندمدت خود را در عرصه‌های رقابتی حفظ کنند. امروزه چشم‌اندازهای رقابتی سازمان‌ها نشان‌دهنده تأثیرات این دیدگاه در عرصه‌های راهبردی سازمان‌های تجاری است. اگر سازمانی به راحتی نتواند شکل صحیح دانش را در جایگاه مناسب آن تشخیص دهد در عرصه‌های رقابتی با مشکل مواجه خواهد شد.

ظهور اقتصاد مبتنی بر دانش یکی از پویا ترین تغییراتی است که در دنیای نوین رخ داده است. امروزه سازمان‌ها در یک اقتصاد مبتنی بر دانش فعالیت می‌کنند. در اقتصاد سنتی ارزش اضافی از طریق به حداکثر رساندن سرمایه، نیروی کار و مواد اولیه به دست می‌آمد، اما در اقتصاد مبتنی بر دانش، ارزش اضافی از طریق به کارگیری مداوم دانش در فرایندهای کاری، محصولات و خدمات به دست می‌آید (هریسن و کسل، 2004). به عبارت دیگر، به قول پیتر سنچ سازمان‌های موفق امروزی غالباً مزیت رقابتی را از طریق کنترل کمتر و یادگیری بیشتر ایجاد می‌کنند و از طریق به اشتراک گذاشتن دانش موجود، دانش جدید را به دست می‌آورند (پریچارد و دیگران 2000).

فصل دوم شامل سه بخش است. در بخش اول مفاهیم کلیدی مدیریت دانش توضیح داده می‌شود. در بخش دوم مدل به اشتراک گذاری مورد استناد در این تحقیق تبیین می‌گردد. در بخش سوم، بانک‌های خصوصی تهران مورد تعریف و تبیین قرار می‌گیرد.

مفاهیم کلیدی مدیریت دانش

تعریف داده، اطلاعات و دانش

برای درک بهتر مفهوم مدیریت دانش، آشنایی با برخی مفاهیم اصلی نظیر داده، اطلاعات و دانش، لازم و ضروری می‌باشد. از آنجایی که مفهوم داده، اطلاعات و دانش به یکدیگر نزدیک بوده و تمایز بین آنها مشکل است، ابتدا تعاریف مربوط به هر مفهوم بیان می‌شود و پس از آشنایی با روابط بین آنها، مفاهیم مرتبط با مدیریت دانش به‌طور مفصل مورد بررسی قرار می‌گیرد.

داده¹

داده از فعل لاتین do, dare به معنای «دادن» مشتق شده است و مناسب‌ترین کاربرد را برای بیان حقایق غیرمنظم و ناآگاهانه دارد (شودریک و دیگران، 1385، ص 221). داده؛ شامل توصیف مقدماتی از اشیا و رویدادها، فعالیت‌ها، و مبادلات است که ثبت، طبقه‌بندی و ذخیره شده‌اند، ولی طوری مرتب نشده‌اند که معنی خاصی را برسانند و می‌توانند به‌صورت عددی، حرفی، شکلی و صدایی باشند (توربان و دیگران²، 2005، ص 52). داده شامل حقایق ساختار نیافته درباره رویدادها، اهداف یا افراد است (اریسون و فیتزگراد³، 2003، ص 17). به‌طور خلاصه می‌توان گفت داده‌ها آمار، ارقام و واقعیت‌های خام و پردازش نشده هستند. برای مثال، تاریخ و مبلغ یک صورت حساب یا چک، جزئیات لیست حقوق، تعداد وسایل نقلیه‌ای که از عوارضی اتوبان تهران - قم گذر کرده‌اند و... نمونه‌هایی از داده به‌شمار می‌آیند.

اطلاعات⁴

اطلاعات از فعل لاتین informo, informare به معنای «شکل دادن» مشتق شده است (شودریک و دیگران، 1385، ص 221). اطلاعات عبارت از مجموعه‌ای از داده‌ها هستند که در ذهن دریافت‌کننده آنها ایجاد معنی می‌کنند. اطلاعات باید به دریافت‌کننده چیزی را ارائه نماید که او تا به حال نمی‌دانست و نمی‌توانست پیش‌بینی کند (الف سن و لاودن، 1382، ص 77). به‌عبارت دیگر اطلاعات داده‌هایی هستند که پردازش، تبدیل و ترکیب

1. Data

2. Turban&others

3. Arison&Fitzgerald

4. Information

شده‌اند تا شکل معین و معنا داری بگیرند و آگاهی بیشتری را به فرد منتقل کنند (اسپیراوا⁵، 2001، ص 3). اطلاعات یعنی انتخاب داده‌ها، خلاصه کردن آنها و ارائه آن به نحوی که برای دریافت‌کننده مفید و سودمند باشد (اریسون و فیتزگرا، 2003، ص 17). دراکر اطلاعات را به‌عنوان داده‌هایی که با هم ارتباط داشته و هدف معینی را دنبال می‌کنند، تعریف می‌کند (عدلی، 1384، ص 3). به‌طور خلاصه اطلاعات به داده‌های معنی‌دار و سازماندهی شده و مفید اطلاق می‌شود.

دانش⁶

دانش شامل آگاهی و درک مجموعه‌ای از اطلاعات و اینکه چگونه این اطلاعات می‌توانند به بهترین نحوه به‌کارگرفته شوند، می‌باشد (سن، 2004، ص 13). دانش، مجموعه‌ای از اطلاعات مناسب ساخت یافته و الگو مدار در حوزه معین است. می‌توان گفت که دانش شکل غنی شده و بارور شده اطلاعات می‌باشد که همراه با فهمیدن چگونگی و چرایی است (رمضانی، 1383، ص 255). داوونپورت و پروساک⁷، دانش را به‌عنوان ترکیب سیالی از تجارب نظام یافته، ارزش‌ها، اطلاعات مفهومی، بصیرت‌ها و بینش‌های متخصصان که چارچوبی برای ارزیابی و تلفیق تجارب جدید و اطلاعات فراهم می‌کنند؛ تعریف کرده و بیان می‌کنند که خاستگاه دانش در ذهن صاحبان آن است (راه چمنی، 1383، ص 238).

انواع دانش

به‌طور کلی دو نوع دانش وجود دارد یکی «دانش آشکار»⁸ و دیگری «دانش ضمنی»⁹. دانش آشکار دانش رسمی است که می‌توان آن را در گروه اطلاعات، طبقه‌بندی نمود و در قالب مدارک و اسناد سازمان قابل یافت می‌باشد. دانش ضمنی دانش شخصی است که ریشه در تخصص افراد دارد و به‌طور مستقیم و به‌صورت رو در رو مبادله و به اشتراک گذاشته می‌شود. یعنی دانش ضمنی می‌تواند به روش مؤثر و مستقیم‌تری انتقال یابد ولی کسب دانش آشکار به‌صورت غیر مستقیم است (بورقوف¹⁰، 1997، ص 836). به‌عبارت دیگر دانش ضمنی، دانش شخصی و ابراز نشده‌ای است که یک فرد دارد. دانشی که در ذهن افراد است - آگاه بودن از

⁵. spiratava

⁶. Knowlege

⁷. Davenport & Prusak

⁸. Explicit Knowlege

⁹. Tacit Knowlege

¹⁰. Borghoff, 1997 p836