

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه پیام نور

بخش علوم اقتصادی و اجتماعی

گروه علمی: مدیریت دولتی

عنوان پایان نامه: امکان سنجی استقرار مدیریت دانش در شرکت های
دارویی (اکسیر، آریوژن، سیناژن)

استاد راهنما: دکتر رضا رسولی

استاد مشاور: دکتر سید علی اکبر احمدی

نگارش: فاطمه دریانی اصل

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد
در رشته: مدیریت دولتی گرایش تشکیلات و روش ها

آذر ۱۳۹۱

تقدیم بہ:

آموزگارانی کے برایہ زندگی را معنا کردند

پدر و مادر عزیزہ

تشکر و قدردانی

حال که انجام این پژوهش را به یاری خداوند متعال به پایان رسانده ام، بر خود لازم میدانم که از زحمات اساتید گرانقدر جناب آقای دکتر رسولی که مسئولیت راهنمایی این تحقیق را تقبل نمودند و جناب آقای دکتر احمدی که مشاوره این پژوهش را بر عهده داشتند، صمیمانه تشکر و قدردانی نمایم.

فاطمه دریانی اصل

پاییز ۱۳۹۱

چکیده

با توجه به تحولات فضای کسب و کار کنونی، دانش نقش بی بدیلی در تعیین شکوفایی و بالندگی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع دارد. به نظر پیتر دراگر راز موفقیت سازمان ها در قرن ۲۱ مدیریت دانش است. سازمان ها باید محیطی را برای اشتراک، انتقال و تقابل دانش در میان اعضای خود به وجود آورند و افراد را در جهت با مفهوم کردن تعاملاتشان آموزش دهند و سعی در ایجاد بسترسازی و شناسایی عوامل زمینه ای برای استقرار مدیریت دانش در سازمان نمایند.

در این نوشته به بررسی امکان سنجی استقرار مدیریت دانش در شرکت های دارویی اکسیر، آریوژن و سیناژن پرداخته شده است و عوامل موثر بر استقرار مدیریت دانش از جمله فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی، فناوری اطلاعات، مدیریت تغییر و منابع انسانی مورد سنجش قرار گرفته اند.

روش انجام پژوهش توصیفی- پیمایشی است و جامعه آماری آن شامل کلیه کارکنان سه شرکت مورد نظر می باشد. تعداد نمونه نیز با توجه به فرمول جامعه محدود و واریانس نامعلوم، تعیین شده است. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه استاندارد با مقیاس پنج درجه ای لیکرت است. روایی صوری پرسشنامه توسط استادان باتجربه تأیید و به منظور پایایی آن از ضریب آلفای کرونباخ (۰/۸۹) استفاده شده است. از نرم افزار SPSS از دو نوع آمار توصیفی و استنباطی برای تحلیل داده ها استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان داد که شرکت های دارویی مذکور در عامل های فرهنگ سازمانی، فناوری اطلاعات و منابع انسانی آمادگی استقرار مدیریت دانش را دارند و میانگین آمادگی بالاتر از سطح متوسط است. اما از نظر عامل های ساختار سازمانی و مدیریت تغییر آمادگی استقرار مدیریت دانش را ندارند و میانگین آمادگی پایین تر از سطح متوسط است.

واژگان کلیدی:

مدیریت دانش، فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی، منابع انسانی، فناوری اطلاعات.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	فصل اول: کلیات تحقیق.....
۲	۱-۱ مقدمه.....
۳	۲-۱ تعریف و بیان موضوع تحقیق.....
۴	۳-۱ اهمیت و ضرورت تحقیق.....
۵	۴-۱ اهداف تحقیق.....
۶	۵-۱ فرضیات تحقیق.....
۶	۶-۱ روش تحقیق.....
۶	۷-۱ جامعه آماری.....
۶	۸-۱ حجم نمونه.....
۷	۹-۱ روش نمونه گیری.....
۷	۱۰-۱ مدل مفهومی تحقیق.....
۸	۱۱-۱ تعرف واژگان و اصطلاحات تخصصی تحقیق.....
۱۰	فصل دوم: ادبیات تحقیق.....
۱۱	۱-۲ مقدمه.....
۱۱	۲-۲ تاریخچه مدیریت دانش.....
۱۲	۳-۲ دانش.....
۱۳	۱-۳-۲ انواع دانش.....
۱۴	۲-۳-۲ فرآیند دانش.....
۱۵	۴-۲ تعاریف مدیریت دانش.....
۱۸	۵-۲ مبانی نظری مدیریت دانش.....
۱۸	۱-۵-۲ نظریه شرکت.....
۱۸	۲-۵-۲ نظریه تعادلات سه جزئی.....
۱۹	۳-۵-۲ نظریه تولید و تبدیل دانش سازمانی.....
۲۰	۴-۵-۲ نظریه سازمان یادگیرنده.....
۲۱	۶-۲ مراحل مدیریت دانش.....
۲۲	۷-۲ مکاتب مدیریت دانش.....
۲۴	۸-۲ عوامل موثر بر استقرار مدیریت دانش.....

- ۹-۲ چالش های فراروی مدیریت دانش ۲۸
- ۱۰-۲ عوامل کلیدی موفقیت مدیریت دانش در سطح سازمان ۳۱
- ۱۱-۲ استراتژی مدیریت دانش ۳۴
- ۱-۱۱-۲ دانش به عنوان یک استراتژی ۳۵
- ۲-۱۱-۲ پیوند دانش با استراتژی ۳۶
- ۳-۱۱-۲ مرتبط ساختن دانش با استراتژی ۳۷
- ۴-۱۱-۲ انواع استراتژی های مدیریت دانش ۳۸
- ۱-۴-۱۱-۲ استراتژی های سه گانه بلودگود برای مدیریت دانش ۳۸
- ۲-۴-۱۱-۲ استراتژی های پیشنهادی کارل ویگ برای مدیریت دانش ۳۹
- ۳-۴-۱۱-۲ استراتژی های پنج گانه دی و وندلر ۴۰
- ۴-۴-۱۱-۲ استراتژی های دانش از دیدگاه هولسپیل ۴۱
- ۵-۴-۱۱-۲ استراتژی کدگذاری در مقابل شخصی سازی ۴۲
- ۱۲-۲ تدوین استراتژی مدیریت دانش در شرکت داروسازی اکسیر ۴۴
- ۱-۱۲-۲ استراتژی سازی مدیریت دانش ۴۴
- ۲-۱۲-۲ چهارچوب شکاف دانش ۴۴
- ۳-۱۲-۲ متدولوژی استراتژی مدیریت دانش ۴۵
- ۱۳-۲ فرهنگ تسهیم دانش ۴۷
- ۱-۱۳-۲ تاثیر فرهنگ بر رفتار مدیریت دانش در سازمان ۴۷
- ۱۴-۲ دلایل اهمیت بکارگیری مدیریت دانش ۴۹
- ۱۵-۲ پیشینه پژوهش ۵۰
- ۱-۱۵-۲ پیشینه پژوهش در خارج از کشور ۵۰
- ۲-۱۵-۲ پیشینه پژوهش در داخل کشور ۵۰
- ۱۶-۲ مدل مفهومی تحقیق ۵۲
- ۱۷-۲ تجربه موفق مدیریت دانش ۵۳
- ۱-۱۷-۲ تجربه مدیریت دانش هیولت - پکارد ۵۴
- ۱-۱-۱۷-۲ پیشنهادهایی به دست اندرکاران مدیریت دانش ۵۵
- فصل سوم: روش تحقیق ۵۷
- ۱-۳ مقدمه ۵۸
- ۲-۳ روش تحقیق ۵۸
- ۳-۳ جامعه آماری ۵۹
- ۴-۳ حجم نمونه ۵۹
- ۵-۳ روش نمونه گیری ۶۰

۶۱	۳-۶ ابزار تحقیق
۶۳	۳-۷ روائی و پایایی تحقیق
۶۳	۳-۷-۱ روائی پرسشنامه
۶۳	۳-۷-۲ پایایی پرسشنامه
۶۵	۳-۸ روش گردآوری داده ها
۶۶	۳-۹ روش های آماری مورد استفاده
۶۷	فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیه ها
۶۸	۴-۱ مقدمه
۶۸	۴-۲ توصیف داده های جمعیت شناختی
۶۸	۴-۲-۱ جنسیت
۶۹	۴-۲-۲ سن
۷۰	۴-۲-۳ تحصیلات
۷۱	۴-۲-۴ سمت سازمانی
۷۲	۴-۳ آزمون فرضیات تحقیق
۷۶	۴-۳-۱ رتبه بندی آمادگی شرکت های دارویی در عوامل پنجگانه
۷۸	۴-۳-۲ مقایسه آمادگی شرکت های دارویی در عوامل پنجگانه
	۴-۳-۳ بررسی نقش متغیرهای جمعیت شناختی در تعیین آمادگی شرکت ها در عوامل پنجگانه
۷۹	فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادات
۸۵	۵-۱ مقدمه
۸۶	۵-۲ خلاصه تحقیق
۸۷	۵-۳ نتایج و یافته های تحقیق
۸۹	۵-۴ ارائه راهکارها و پیشنهادها
۹۱	۵-۵ محدودیت های تحقیق
۹۲	۵-۶ پیشنهادهایی برای تحقیقات آینده
۹۳	فهرست منابع
۹۷	پیوست ها
۹۸	پیوست الف: شرکت داروسازی اکسیر
۱۰۰	پیوست ب: شرکت داروسازی آریوزن
۱۰۳	پیوست پ: شرکت داروسازی سیناژن
۱۰۵	پیوست ت: پرسشنامه
۱۰۸	پیوست ث: جداول و آزمون های آماری

فهرست اشکال

عنوان	صفحه
شکل ۱-۲- رابطه بین داده، اطلاعات، دانش و خرد.....	۱۵
شکل ۲-۲- فرآیند تبدیل دانش نوناکا و تاکه اوچی.....	۱۹
شکل ۳-۲- عوامل موثر در نظام دانش مدیریت سازمان.....	۲۴
شکل ۴-۲- مدل مفهومی مدیریت دانش با تاکید بر عوامل کلیدی موفقیت.....	۳۲
شکل ۵-۲- پنج عامل کلیدی موفقیت برای مدیریت دانش از دیدگاه مرتینز.....	۳۳
شکل ۶-۲- استراتژی های سه گانه مدیریت دانش از دیدگاه بلودگود.....	۳۸
شکل ۷-۲- انتخاب استراتژی مدیریت دانش.....	۳۹
شکل ۸-۲- استراتژی مدیریت دانش از دیدگاه ویگ.....	۴۰
شکل ۹-۲- استراتژی مدیریت دانش هانسن.....	۴۲
شکل ۱۰-۲- چهارچوب فاصله دانشی.....	۴۴
شکل ۱۱-۲- متدولوژی استراتژی مدیریت دانش.....	۴۶
شکل ۱۲-۲- مدل آمادگی سازمان برای مدیریت دانش.....	۵۳
شکل ۱۳-۲- چهارچوب مدیریت دانش اچ.پی.....	۵۴
شکل ۱۴-۲- عناصر سازنده مدیریت دانش در اچ.پی.....	۵۵

فهرست جداول

عنوان	صفحه
جدول ۳-۱- تعداد نمونه به دست آمده به تفکیک هر شرکت.....	۶۱
جدول ۳-۲- طیف لیکرت.....	۶۲
جدول ۳-۳- سؤالات مربوط به متغیرها و ضریب پایائی هریک.....	۶۵
جدول ۴-۱- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب جتسیت.....	۶۹
جدول ۴-۲- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سن.....	۷۰
جدول ۴-۳- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تحصیلات.....	۷۱
جدول ۴-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب شغل.....	۷۲
جدول ۴-۵- آزمون t تک نمونه مربوط به آمادگی شرکتهای دارویی	
در عامل فرهنگ سازمانی.....	۷۳
جدول ۴-۶- آزمون t تک نمونه مربوط به آمادگی شرکتهای دارویی	
در عامل ساختار سازمانی.....	۷۴
جدول ۴-۷- آزمون t تک نمونه مربوط به آمادگی شرکتهای دارویی	
در عامل فناوری اطلاعات.....	۷۴
جدول ۴-۸- آزمون t تک نمونه مربوط به آمادگی شرکتهای دارویی	
در عامل منابع انسانی.....	۷۵
جدول ۴-۹- آزمون t تک نمونه مربوط به آمادگی شرکتهای دارویی	
در عامل مدیریت تغییر.....	۷۶
جدول ۴-۱۰- رتبه بندی آمادگی شرکتهای دارویی در عوامل پنجگانه	
برای استقرار مدیریت دانش.....	۷۶
جدول ۴-۱۱- رتبه بندی آمادگی شرکتهای دارویی در عوامل پنجگانه	
برای استقرار مدیریت دانش.....	۷۷
جدول ۴-۱۲- رتبه مقایسه آمادگی شرکتهای دارویی در عوامل پنجگانه.....	۷۸
جدول ۴-۱۳- آزمون t مستقل برای بررسی نقش جنسیت در تعیین	
آمادگی شرکتهای دارویی در عوامل پنجگانه.....	۷۹
جدول ۴-۱۴- آزمون تحلیل واریانس برای بررسی نقش سن در تعیین	

آمادگی شرکتهای دارویی در عوامل پنجگانه ۸۱

جدول ۴-۱۵- آزمون تحلیل واریانس برای بررسی نقش تحصیلات در تعیین

آمادگی شرکتهای دارویی در عوامل پنجگانه ۸۲

جدول ۴-۱۶- آزمون تحلیل واریانس برای بررسی نقش سمت سازمانی

در تعیین آمادگی شرکتهای دارویی در عوامل پنجگانه ۸۳

فهرست نمودارها

صفحه	عنوان
۶۹.....	نمودار ۱-۴- نمودار فراوانی پاسخگویان بر حسب جنسیت.....
۷۰.....	نمودار ۲-۴- نمودار فراوانی پاسخگویان بر حسب سن.....
۷۱.....	نمودار ۳-۴- نمودار فراوانی پاسخگویان بر حسب تحصیلات.....
۷۲.....	نمودار ۴-۴- نمودار فراوانی پاسخگویان بر حسب سمت سازمانی.....

فصل اول

کلیات تحقیق

۱-۱- مقدمه

ما در عصر دانش زندگی می‌کنیم. عبارت "دانش قدرت است" جای خود را در عصر دانایی محوری به "اشتراک دانش قدرت است" داده است. هر سازمانی، چه کوچک و چه بزرگ تا آنجایی رونق می‌یابد که به مأموریت‌های خود دست یابد. هنگامی که یک سازمان تلاش می‌کند که به اهداف خود دست یابد، عدم ثبات و تهدیدها در محیط، دستیابی به اهداف را به تأخیر انداخته یا حتی فرایند آن را تخریب می‌سازد. بدلیل اینکه دانش قدرت است، سرمایه‌های دانش هر سازمانی موفقیت اجرایی آن را تعیین می‌کند. وظیفه مدیریت دانش، مدیریت سرمایه‌های دانشی هر سازمانی است. مدیریت دانش اساساً مفهوم یا اندیشه جدیدی نیست. دانش موضوعی نیست که امروز به یکباره به وجود آمده باشد. انسان در مسیر تاریخ تکاملی خود و تکامل اجتماعی ناشی از آن همواره تولید کننده دانش بوده است و از آن در ایجاد تغییر در جامعه استفاده نموده است. به هر حال این دانش بصورت ضمنی در جوامع مختلف بشری در دورانهای مختلف بصورت‌های مختلف آمده، ثبت شده، انتقال داده شده و خود باعث تغییرات بعدی شده است. از نظر چارلز آرمسترانگ^۱ مدیریت دانش عبارت است از ارتقاء خاصیت رسانایی سازمانی به منظور بهبود توانایی‌ها در جلب مشتری. دانش نخستین منبع راهبردی برای شرکت‌ها در قرن ۲۱ است. پژوهشگران و متخصصان تلاش می‌کنند دریابند، چگونه منابع دانش به صورت موثری گردآوری و مدیریت شود تا بتوان به عنوان مزیتی رقابتی از آن استفاده کرد. بنابراین قبل از اقدام به مبادرت بر اجرای طرح‌های مدیریت دانش، سازمان‌ها نیازمند ارزیابی زیر سیستم‌های سازمانی و منابع موجود خود هستند تا مهمترین و بهترین راهبرد مدیریت دانش را برای خود شناسایی کنند.

^۱- Charles Armstrong

۱-۲- تعریف و بیان موضوع تحقیق

امروزه یکی از مهم ترین و با ارزش ترین سرمایه های هر سازمانی، دانش است. دانش شکل غنی شده و بارور شده اطلاعات می باشد که همراه بافهمیدن چگونگی و چرایی است. دانش پرتعدادترین داروی ابهامات و مجهولات است. تغییرات سریع و رشد روزافزون اطلاعات و دانش، هر سازمانی را بر آن می دارد تا برای بقا تمام تلاش خود را در مدیریت دانش بکار گیرد. جهانی سازی و رقابت، باعث شده است تا دانش به عنوان ارزشمندترین منبع راهبردی شناخته شود و توانایی سازمان به منظور کاربرد دانش برای استفاده از فرصت های بازار و حل مسئله مهم ترین توانایی آن گردد. مدیریت دانش فرآیند سیستماتیک جستجو، انتخاب، سازماندهی، پالایش و نمایش اطلاعات است به طریقی که درک کارکنان در زمینه خاص بهبود و اصلاح شود و سازمان بصیرت و درک بهتری از تجربیات خود کسب کند. در شرایط غیرقابل پیش بینی و بسیار رقابتی، به دانش و مدیریت دانش به عنوان راهبردی کلیدی برای موفقیت و بقای سازمان توجه می شود. در اقتصاد جدید، ارزش واقعی سازمان ها به دانش، ایده ها و نگرش های نهفته در مغز کارکنان آنها بستگی دارد. مدیریت دانش با مسائلی از این نوع که چه دانشی تولید شده، چه کسانی تولید کرده اند و این تولید چگونه صورت عینی یافته است سر و کار دارد (حری، ۱۳۸۴).

سوال اساسی در حوزه مدیریت راهبردی این است که سازمان چگونه به مزایای رقابتی دست یابد و آن ها را تداوم بخشد در رویکرد سنتی جذابیت صنعت انتخاب شده و استقرار آن در مقابل رقبا مهمترین مزیت رقابتی بود (پرتر^۱، ۲۰۰۱، ۶۳). با توجه به افزایش عدم قطعیت و پویایی در محیط های سازمانی تمرکز پژوهش های راهبردی جدید بر الگوی "ساختار - رفتار - اجرا" به عنوان کلید اصلی مزیت رقابتی می باشد. گرت^۲ اضافه می کند که این تغییر، نارضایتی در رابطه با سکون و تعادل در رویکردهای سنتی را نشان می دهد و به چشم اندازی داخلی به نام "دیدگاه منبع - مداری سازمانی" منجر می شود. این دیدگاه سبب می شود سرمایه ها و توانمندیهای سازمانی به عنوان منابع اصلی مزیت های رقابتی تلقی شوند. در این دیدگاه باید بین منبع و توانایی تمایز قائل شد. منابع سازمانی شامل ابزارها و تجهیزات، مهارت ها، ثبت اختراعات و نقدینگی مهمترین دروندادهای رقابتی پایدار می باشند. توانایی سازمانی در به دست آوردن و استفاده از این منابع در جهت اجرای کارها و فعالیت های رقابتی می باشد. که در واقع دانشمداری گفته می شود. بر اساس دیدگاه دانش -مداری بسیاری از نظریه پردازان در رابطه با توانمندی های سازمانی پیشنهاداتی داده اند.

1- Porter

2- Grant

لذا با توجه به نقشی که دانش و مدیریت دانش می تواند در استقرار و استمرار سازمان ها داشته باشد ما در این پژوهش به دنبال امکان سنجی استقرار مدیریت دانش در شرکت های دارویی می باشیم تا میزان آمادگی شرکت ها برای اجرای مدیریت دانش در آنها را بر اساس عوامل موثر بر اجرای مدیریت دانش و زیرساخت های مدیریت دانش در سازمان ها مورد بررسی قرار دهیم.

۱-۳- اهمیت و ضرورت تحقیق

مدیریت دانش امر جدیدی نیست، تمدن های بشری از نسلی به نسل دیگر اقدام به نگهداری و انتقال دانش، برای درک گذشته و پیش بینی آینده، می نمودند. در محیط های تجاری پیچیده و پویای امروزی تشنگی برای دانش، روز به روز دامنه و عمق گسترده تری می یابد. دانشی که به شدت در حال تغییر و در بیرون از سازمان ها در حال انتشار است. فناوری اطلاعات و اینترنت نیز چالش های جدیدی را در خلق، نگهداری و مدیریت دانش به وجود آورده است. امروزه دانش جزء لاینفک موفقیت سازمان ها محسوب می شود. اگر روند تغییر و تحولات دانش در جامعه معاصر به دقت مورد ارزیابی قرار گیرد، این نتیجه مهم حاصل می شود که جامعه فراصنعتی امروز جامعه ای اطلاعاتی است که در آن به تدریج فناوری های نیروافزا جای خود را به فناوری های دانش افزا می دهند (احمد پور داریانی، ۱۳۸۱، ۱۵۲). در محیط پویا و پیچیده امروز، برای سازمان ها ضروری است که به طور مداوم دانش جدید را به شکل ایجاد، اعتبار بخشی و کاربرد، در محصولات و خدمات خود به کار گیرند. در همین زمینه پیتر دراگر می گوید: "راز موفقیت سازمان ها در قرن ۲۱ همان مدیریت دانش است." بنابراین مدیریت دانش مقوله ای مهمتر از خود دانش محسوب می شود که در سازمان ها به دنبال آن است تا نحوه چگونگی تبدیل اطلاعات و دانسته های فردی و سازمانی را به دانش و مهارت های فردی و گروهی تبیین و روشن نماید (پروست^۱، ۲۰۰۰، ۱۶۳). از این رو سازمان ها باید محیطی را برای اشتراک، انتقال و تقابل دانش در میان اعضای خود به وجود آورند و افراد را در جهت با مفهوم کردن تعاملاتشان آموزش دهند (نوناکا^۲، ۱۹۹۴، ۲۰) و سعی در ایجاد بستر سازی و شناسایی عوامل زمینه ای برای استقرار مدیریت دانش در سازمان نمایند. مسئله و چالشی که در اینجا وجود دارد این است که مدیریت دانش موضوعی سیستماتیک است، مقوله ای که اجرای موفقیت آمیز آن نیازمند نگرشی همه جانبه و فراگیر به عوامل مختلف سازمانی است. از طرفی به دلیل مطرح شدن مدل ها و روش های بسیار متعددی برای به کارگیری مدیریت دانش در سازمان ها، گاهی این مدل ها موجب گیج شدن مدیرانی می شوند که به دنبال پیاده سازی مدیریت دانش در سازمان خود هستند. در این راستا بسیاری از سازمان ها اقدام به سرمایه گذاری گسترده در زمینه

^۱- Pervest

^۲- Nonaka

فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی نموده اند. اما باید توجه داشت که پیاده سازی موفقیت آمیز مدیریت دانش مستلزم این است که عوامل سازمانی مختلف موجود در یک سازمان از جمله ساختار سازمانی، فرهنگ سازمانی، تکنولوژی و منابع انسانی دارای ویژگی های خاصی بوده و از انسجام و هماهنگی لازم برخوردار باشند و وجود شکاف و ناهماهنگی در بین این عوامل مانع پیاده سازی موفقیت آمیز مدیریت دانش خواهد شد. بنابر این برای پیاده سازی موفقیت آمیز مدیریت دانش باید به سازمان به عنوان یک کل نگاه کرد و همه این عوامل را مورد توجه قرار داده و وضعیت آنها در سازمان شناسایی و تحلیل شود.

دارو از مهم ترین کالاها در تجارت امروزی بشر به لحاظ اثرگذاری آن بر سلامت انسان است. امروزه صنعت داروسازی به عنوان یکی از کلیدی ترین و پراهمیت ترین صنایع جهان مطرح است. در اختیار داشتن چنین صنعتی به منزله یکی از معیارهای مهم توسعه یافتگی کشورها شناخته می شود. صنعت دارو به عنوان یکی از صنایع استراتژیک است که نقش مهمی در سلامت و امنیت جامعه ایفا می کند. صنعت داروسازی نیز به عنوان صنعتی که بشدت دانش محور می باشد، شناخته می شود بطوریکه پویا بودن این صنعت سبب گردیده است که به صنعت بشدت تحقیق محور تبدیل شود، بطوریکه حیات و استمرار حضور در بازار رقابتی مستلزم نوآوری و توسعه دانش و محصول شده است.

۱-۴- اهداف تحقیق

هدف مدیریت دانش تبدیل دانش ضمنی به دانش صریح و انتشار موثر آن است. اغلب سازمان ها از دانش پایه خود بی اطلاع هستند و مدارک نشان می دهد که این دانش به علت خروج کارکنان و یا هزینه مربوط به شناسایی، ذخیره و انتقال از بین می رود. مدیریت دانش می کوشد با استفاده از روش ها و تکنیک های مدیریتی، دانش های موجود در ذهن کارکنان، دانش نهفته در روش های نامکتوب و... را کشف نموده و به ثبت برساند تا به صورت آشکار و قابل استفاده در جهت بهبود فرآیندها و کیفیت ها و نیز ارتقاء دانش فعلی باشد.

هدف اصلی این تحقیق بررسی میزان آمادگی شرکت های دارویی برای استقرار و اجرای مدیریت دانش از منظر فرهنگ سازمانی رایج در سازمان، ساختار سازمانی، توانایی کارکنان سازمان، مدیریت تغییر و فناوری اطلاعات می باشد.

۱-۵- فرضیات تحقیق

فرضیه ۱: شرکت های دارویی در بعد فرهنگ سازمانی آمادگی استقرار مدیریت دانش را دارند.
فرضیه ۲: شرکت های دارویی در بعد ساختار سازمانی آمادگی استقرار مدیریت دانش را دارند.
فرضیه ۳: شرکت های دارویی در بعد زیرساخت فناوری اطلاعات آمادگی استقرار مدیریت دانش را دارند.

فرضیه ۴: شرکت های دارویی در بعد توانایی منابع انسانی آمادگی استقرار مدیریت دانش را دارند.
فرضیه ۵: شرکت های دارویی در بعد مدیریت تغییر آمادگی استقرار مدیریت دانش را دارند.

۱-۶- روش تحقیق

از آنجا که دلیل انجام این تحقیق بررسی امکان سنجی استقرار مدیریت دانش در شرکتهای دارویی (اکسیر، آریو ژن، سینا ژن) می باشد، بنابراین روش تحقیق از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر شیوه گردآوری داده ها، توصیفی و از نوع پیمایشی می باشد. تحقیق توصیفی شامل مجموعه روش هایی است که هدف آنها توصیف کردن شرایط یا پدیده های مورد بررسی است. اجرای تحقیق توصیفی می تواند صرفاً برای شناخت بیشتر شرایط موجود یا یاری دادن به فرآیند تصمیم گیری باشد (سرمد و دیگران، ۱۳۸۵).

۱-۷- جامعه آماری

جامعه آماری در این تحقیق شامل کلیه کارکنان سه شرکت دارویی اکسیر، آریو ژن، سینا ژن می باشد که تعداد آنها برابر با ۱۳۶۰ نفر است. به این صورت که شرکت اکسیر دارای ۵۶۰ نفر، شرکت آریوژن دارای ۴۳۰ نفر و شرکت سینا ژن نیز دارای ۳۶۰ نفر پرسنل می باشد.

۱-۸- حجم نمونه

معمولاً حجم نمونه را با n نشان می دهند. به عبارت دیگر می توان گفت که نمونه عبارت است از "تعدادی از افراد جامعه که صفات آنها با صفات جامعه مشابهت داشته و معرف جامعه بوده از تجانس و همگنی با افراد جامعه برخوردار باشند" (شاه محمدی، ۱۳۸۸، ۸۰).

از آنجا که در این پژوهش، واریانس جامعه آماری نامعلوم بود، انجام یک مطالعه مقدماتی بر روی گروهی از افراد جامعه به منظور پیش برآورد واریانس نمونه ضرورت داشت. لذا یک گروه ۳۰ نفری از جامعه آماری انتخاب گردید و پرسشنامه در بین آنها توزیع شد. پس از استخراج داده های مربوط به پاسخ های گروه مزبور و پیش برآورد واریانس حجم نمونه آماری تحقیق با استفاده از فرمول زیر بدست آمد:

$$n = \frac{NZ^2 \frac{\alpha}{2} \sigma^2}{\varepsilon^2 (N - 1) + Z^2 \frac{\alpha}{2} \sigma^2}$$

n = حجم نمونه

N = حجم جامعه

$Z_{\frac{\alpha}{2}}$ = سطح اطمینان ۹۵ درصد

σ^2 : واریانس نمونه

ε : سطح خطای مجاز

با جایگذاری اعداد مربوطه در فرمول فوق، حجم نمونه به صورت زیر محاسبه شد:

$$n = \frac{1360 * (1/96)^2 * (0.153)}{(0/05)^2 (1360 - 1) + (1/96)^2 (0.153)} \approx 200 \quad ۶$$

۱-۹- روش نمونه گیری

در این تحقیق از آنجا که جامعه آماری شامل کارکنان سه شرکت دارویی اکسیر، آریو ژن، سینا ژن می باشد و با توجه به تعداد متفاوت کارکنان هر شرکت، پس از تعیین حجم نمونه که ۲۰۰ نفر بدست آمد، ابتدا نسبت نمونه به جامعه را برای هر کدام از گروه ها (p) محاسبه نموده، سپس حجم نمونه در هر گروه (n_k) بدست آمد. سپس پرسشنامه ها بین کارکنان هر شرکت توزیع و جمع آوری شد.

۱-۱۰- مدل مفهومی تحقیق

مدل و چارچوب مفهومی تحقیق که فرضیات تحقیق مبتنی بر این مدل می باشد طبق مدل "راس" و همکاران او تدوین شده است. شاخص های مربوط به آمادگی سازمان برای مدیریت دانش طبق مدل "راس" و همکاران به شرح زیر است: مدیریت دانش پاداش داده شود، منابع انسانی، فناوری های مدیریت دانش، ساختار فرآیند، اهداف بلند مدت، کار تیمی، زمان برای پخش دانش، فرهنگ پخش دانش، وضعیت مالی در مدیریت دانش و پشتیبانی مدیریت ارشد همه فراهم و مدیریت دانش دارای اولویت بالا بوده و مزایای آن شناخته شده باشد. با توجه به مدل "راس" و مفهوم آمادگی برای مدیریت دانش عوامل مهم در استقرار مدیریت دانش عبارتند از:

فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی، منابع انسانی، فناوری اطلاعات و مدیریت تغییر.

۱-۱۱- تعریف واژگان و اصطلاحات تخصصی تحقیق

دانش^۱: اطلاعات ترکیب شده با تجربه، شرایط، تفسیر و تفکر است. دانش، منبع قابل تجدیدی است که همواره می تواند مورد استفاده قرار گیرد، و از طریق استفاده و ترکیب با تجربه کارکنان اندوخته شود. اطلاعات وقتی وارد ذهن انسان می شود تبدیل به دانش می شود (دالکر، ۲۰۰۵، ۷).

مدیریت دانش^۲: عبارت است از تلفیقی از کسب و ذخیره سازی دانش آشکار، همراه با مدیریت سرمایه های فکری است (دالکر، ۲۰۰۵، ۴).

آمادگی برای مدیریت دانش^۱: عبارت است از مجموعه ای از قابلیت های یک شرکت یا سازمان در دسترسی به زیرساخت های لازم برای مدیریت دانش و ظرفیت های به کارگیری آنها. (موسی خانی، ۱۳۸۹، ۲۲۹)

^۱- Knowledge

^۲- Knowledge management