

فهرست

فصل اول - کلیات

- ۱-۱- مقدمه
- ۱-۲- بیان مساله
- ۱-۳- اهمیت و ضرورت تحقیق
- ۱-۴- اهداف تحقیق
- ۱-۵- فرضیات تحقیق
- ۱-۶- تعاریف متغیرها و داده‌ها
 - ۱-۶-۱- متغیر مستقل
 - ۱-۶-۲- متغیر وابسته
- ۱-۷- مدل تحقیق
- ۱-۸- سازماندهی تحقیق

فصل دوم- ادبیات تحقیق

- ۲-۱- تاریخچه مدیریت دانش
- ۲-۲- تعریف مدیریت دانش
- ۲-۳- تعریف مدیریت دانش از نظر کسب و کار
- ۲-۴- مدیریت دانش و تعاریف آن
- ۲-۵- کارایی مدیریت دانش
- ۲-۶- چرخه حیات مدیریت دانش
- ۲-۷- تشریح عناصر اصلی چرخه حیات مدیریت دانش
 - ۲-۷-۱- تسهیم دانش
 - ۲-۷-۲- تولید دانش
 - ۲-۷-۳- کدگذاری دانش
 - ۲-۷-۴- انتقال دانش
 - ۲-۷-۵- بازنمایی دانش
 - ۲-۷-۶- زنجیره دانش
- ۲-۸- مفاهیم مدیریت دانش
 - ۲-۸-۱- داده
 - ۲-۸-۲- اطلاعات
 - ۲-۸-۳- دانش
 - ۲-۸-۴- خرد

- ۲-۹- پارادایم‌های مدیریت دانش
- ۲-۱۰- اهمیت مدیریت دانش و فواید آن
 - ۲-۱۰-۱- کارکنان دانش مدار
 - ۲-۱۰-۲- مدیریت دانش و رهبری
- ۲-۱۱- مدل تدوین استراتژی کسب و کار و استراتژی مدیریت دانش
- ۲-۱۲- دیدگاه صاحب‌نظران در باره مدیریت دانش
 - ۲-۱۲-۱- تلاش‌های علمی در جهت توسعه مدیریت دانش
 - ۲-۱۳- مبانی نظری مدیریت دانش
 - ۲-۱۳-۱- نظریه شرکت
 - ۲-۱۳-۲- نظریه شبکه
 - ۲-۱۳-۳- نظریه تعادلات سه جزیی
 - ۲-۱۳-۴- نظریه تولید و تبدیل دانش سازمانی
 - ۲-۱۳-۵- نظریه سازمان یادگیرنده
 - ۲-۱۴- تئوری‌های مدیریت دانش
 - ۲-۱۴-۱- تئوری مدیریت دانش جامع
 - ۲-۱۴-۲- تئوری مدیریت دانش تیمی
 - ۲-۱۴-۳- تئوری مدیریت دانش جامع نگر
 - ۲-۱۵- انواع فن آوری‌های مدیریت دانش
 - ۲-۱۶- عوامل موثر بر مدیریت دانش
 - ۲-۱۶-۱- فرهنگ سازمانی
 - ۲-۱۶-۲- ساختار سازمان
 - ۲-۱۶-۳- فناوری اطلاعات
 - ۲-۱۶-۴- منابع انسانی
 - ۲-۱۷- مدل‌های مدیریت دانش
 - ۲-۱۷-۱- مدل نوناکا تاکوچی
 - ۲-۱۷-۱-۱- فرایند خلق دانش
 - ۲-۱۷-۱-۲- فرآیند اجتماعی کردن
 - ۲-۱۷-۱-۳- فرآیند بیرونی کردن
 - ۲-۱۷-۱-۴- فرآیند ترکیب کردن
 - ۲-۱۷-۱-۵- فرآیند درونی کردن
 - ۲-۱۷-۲- مدل تانمبام و الیگر و راستوکی
 - ۲-۱۷-۳- مدل پرابست و هایسیگک

- ۴-۱۷-۲-مدل مک آلروی
- ۵-۱۷-۲-مدل دانشی شناسی سازمانی وان کروگ و روس
- ۶-۱۷-۲-مدل سرمایه فکری
- ۷-۱۷-۲-مدل های ساختار اجتماعی
- ۸-۱۷-۲-مدل مفهومی چند مرحله ای
- ۹-۱۷-۲-مدل پیتر گو تشاک
- ۱۸-۲-چرخه مدیریت دانش
- ۱-۱۸-۲-چرخه مدیریت دانش وینگ
- ۲-۱۸-۲-چرخه مدیریت دانش مه یر و زاك
- ۳-۱۸-۲-چرخه مدیریت دانش مک الروی
- ۴-۱۸-۲-چرخه مدیریت دانش بیو کویترز و ویلیامز
- ۱۹-۲-معرفی شرکت پارس خودرو
- ۲۰-۲-پیشینه تحقیق
- ۱-۲۰-۲-تحقیقات انجام شده داخلی
- ۲-۲۰-۲-تحقیقات انجام شده خارجی

فصل سوم: روش شناسی تحقیق

- ۱-۳-مقدمه
- ۲-۳-روش تحقیق
- ۳-۳-جامعه آماری پژوهش
- ۴-۳-روش نمونه گیری و تعیین حجم نمونه
- ۵-۳-ابزار جمع آوری اطلاعات
- ۶-۳-تائید روایی و پایایی پرسشنامه
- ۱-۳-۶-تعریف روایی
- ۲-۳-۶-تعریف پایایی
- ۳-۳-۶-رابطه روایی و پایایی
- ۷-۳-مراحل انجام پژوهش و آزمون های استفاده شده

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل آماری

- ۱-۴-مقدمه
- ۲-۴-بررسی جمعیت شناختی پاسخگویان
- ۳-۴-بررسی توزیع فراوانی شاخصهای مربوط به اثر بخشی مدیریت دانش
- ۴-۴-بررسی نرمال بودن متغیرهای تحقیق
- ۵-۴-آزمون فرضیه های تحقیق

۴-۶- تحلیل رگرسیونی تاثیر مولفه های مدیریت دانش

فصل پنجم: نتیجه گیری و ارائه پیشنهادها

۵-۱- خلاصه پژوهش

۵-۲- یافته های تحقیق

۵-۳- بحث

۵-۴- پیشنهادات تحقیق

۵-۴-۱- پیشنهادات کاربردی

۵-۴-۲- پیشنهادات پژوهشی

۵-۵- محدودیتهای تحقیق

۵-۵-۱- محدودیتهای در اختیار محقق

۵-۵-۲- محدودیتهای خارج از اختیار محقق

فصل اول

کلیات تحقیق

مقدمه

بیان مسئله

سوالات تحقیق

اهمیت و ضرورت تحقیق

اهداف تحقیق

فرضیات تحقیق

تعریف مفاهیم و متغیرهای تحقیق

مدل مفهومی تحقیق

ساماندهی تحقیق

۱ ۴ - مقدمه

امروزه بحث مدیریت دانش به عنوان یک موضوع جدی مد نظر سازمانها قرار گرفته است. تجربیات ارزشمندی که توسط کارکنان در طی سالها کار در سازمانها حاصل می شود، می تواند با طی یک فرایند علمی با سایر کارکنان به اشتراک گذاشته شده و ذخیره سازی شود و با استفاده از ابزارهای تکنولوژیکی مورد استفاده مدیران سازمانها قرار گرفته و به افزایش بهره وری کمک کند.

صاحب نظران مدیریت دانش را فرآیند تسهیل امور مربوط به دانش مانند خلق، ضبط، انتقال و استفاده از دانش می دانند زیرا که دانش تنها به عنوان دارایی کلیدی در سازمانها مطرح نیست، بلکه به عنوان مهم ترین عامل تعیین کننده رشد اقتصادی نیز شناخته می شود. امروزه موفقیت سازمانها را تا حد زیادی وابسته به توانایی تبدیل یادگیری حاصل از تغییرات به دانش می دانند که این مسئله در نوآوری ها و تولید محصولات تجلی می یابد. با این رویکرد در تحقیق حاضر، محقق در صدد بررسی تاثیر مدیریت دانش بر اثر بخشی برنامه ریزی تولید در شرکت پارس خودرو می باشد.

۱ ۴ - بیان مساله

در این خصوص اودل و گریشون عنوان می کنند که مدیریت دانش هم در تولید کالای های مرغوب و متنوع نقش دارد و هم باعث می شود که تولید در مسیر و روش مطلوب قرار گیرد. در این راستا داشتن دانش از مشتری و مدیریت آن مهم است. مارپیچ ارزش آفرینی یادگیری - دانش، فرآیند تبدیل یادگیری به ارزش را نشان می دهد. بر اساس این مارپیچ، سازمانها بایستی از بازار یاد بگیرند و این یادگیری را به دانش تبدیل کنند و این دانش را در فرآیند تولید بکار ببرند و از طریق

آن خلق ارزش نمایند. نکته ای که وجود دارد این است که سازمانها به تنهایی نمی توانند در دانش آفرینی فعالیت نمایند. بلکه در تعامل اعضای آنهاست که دانش آفرینی اتفاق می افتد. از طرف دیگر دانش ضمنی موجود در ذهن افراد که به دو صورت مدل های ذهنی^۱ و مهارتهای فنی^۲ وجود دارد، اگر به دانش صریح تبدیل نشود و در سازمان به اشتراک گذاشته نشود از ارزش کمی برخوردار خواهد بود. سازمانها با دسترسی، تسهیم و بکارگیری دانش صریح و ضمنی، می توانند بر رفتار خود اثر گذاشته و به عملکرد برتر دست یابند.

آینده مدیریت تولید بیشتر متکی بر همکاری شبکه ای (بین عرضه کنندگان، پیمانکاران و مشتریان) است که اهمیت خلق دانش و کسب دانش از اعضای شبکه را نمایان می سازد. در مدیریت تولید جدید، نیاز به بازاریابی پروژه ها و محصولات قبلی از حیث تاریخی است.

مدیریت دانش در حوزه تولید منجر به بهبود بهره وری می شود و این کار از طریق مکانیزمهای متفاوتی اتفاق می افتد. مسئله ای که محقق در این پژوهش دنبال می کند این است که آیا مدیریت دانش و شاخصهای آن مانند فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی و تکنولوژی قادر است بر اثر بخشی برنامه ریزی تولید تاثیر بگذارد؟

۳-۱- اهمیت و ضرورت تحقیق

معماری دانش، یکی از زیرمجموعه های معماری سازمان است و به عنوان یکی از اجزای اصلی سیستمهای مدیریت دانش مکان و چگونگی کسب و انتقال دانش را مشخص می کند و مشتمل بر سه بخش اساسی: مهارت، اطلاعات و ساختار است که نوآوری نیز جزیی از آن به شمار می رود (رادینگ، ۱۳۸۳). به بیان دیگر؛ معماری مدیریت دانش، طرح کلی زیر ساخت فنی مدیریت دانش را در دسترس قرار می دهد. تاکنون تحقیقات بر روی معماری دانش بیشتر از نظر مدیران دانش و یا توسعه دهندگان سیستم ارائه شده است

¹ Mental Models

² Technical Skills

و تحقیقات کمتری از دیدگاه کاربران دانش بر روی معماری دانش صورت گرفته است. بنابراین مطالعات گذشته بر روی تصفیه دانش، ارائه ساختار دانش و اجرای استراتژیهای مدیریت دانش در سطح شرکتی متمرکز بوده اند. بر همین اساس پژوهشگران چندین مدل معماری دانش سازمانی را پیشنهاد کرده اند که در اینجا به معرفی بعضی از مهمترین آنها و سپس تحلیل آنها خواهیم پرداخت. در عصر اطلاعات، دانش مهمترین عامل کسب موفقیت بلند مدت برای یک فرد و یک سازمان است. در واقع پیتر سنگه بر این باور است که تنها منبع مزیت رقابتی در آینده دانشی که یک سازمان در اختیار دارد و توانایی یک سازمان در یادگیری، سریعتر خواهد شد.

با افزایش ارزش دانش، منطقی به نظر می رسد که با مدیریت و ذخیره موثر دانش بتوان فرصتی برای ایجاد مزیت رقابتی به وجود آورد. یک معماری مدیریت دانش کارا، با به کار گرفتن دانش مناسب هنگام نیاز، مزیت رقابتی به وجود می آورد. همچنین میزان تغییر و تحول در جذب کارکنان کاهش می یابد.

ویژگیهای یک مدل معماری دانش موفق به این شرح است:

۱. سودمند است (اگر دانش وجود داشته باشد، سیستم بازیابی در دسترس است).

۲. در بازیابی دانش دقیق است (دانش اگر در دسترس باشد، بازیابی می شود).

۳. کارآمد است (دانش بازیافته درست و کاربردی است).

۴. قابل دسترسی است (دانش هنگام نیاز در دسترس است).

اجرای مدیریت دانش منجر به رخداد های زیر در سازمان می گردد:

- مدیریت دانش منجر به بهبود اثربخشی می شود.
- مدیریت دانش منجر به ارتقاء همکاری درون سازمانی می شود.
- مدیریت دانش باعث تسخیر و تسهیم بهترین تجارب می شود.
- مدیریت دانش در ارتقاء مدیریت زنجیره تامین نقش دارد.

- مدیریت دانش رابطه با مشتری را بهبود خواهد داد.

- مدیریت دانش با کاهش زمان تولید و ایجاد شفافیت، بهبود مستمر را در حوزه مدیریت تولید امکان

پذیر می سازد.

جهت اجرای مدیریت دانش در سازمانهای صنعتی از جمله صنعت خودرو سازی نیاز به فاکتورهای نظیر فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی، تعامل افراد با سازمان، انگیزش افراد و ... است. چالش اصلی در خصوص مدیریت دانش در شرکت پارس خودرو این است که آیا چارچوب جامعی برای پیاده سازی موثر مدیریت دانش در شرکت توسعه داده شده است؟ در صورت اجرا و پیاده سازی، بیشتر بر مبنای چه مدلها و الگوهای می باشد؟ هم زمان با رشد ایده دانش به عنوان منبع استراتژیک در قرن ۲۱، دانش به مثابه یک مزیت رقابتی مهم در سازمان های پیشرو، مورد توجه جدی قرار گرفت و سایر عوامل سنتی مانند زمین، کار و سرمایه در مرتبه بعدی اهمیت قرار گرفتند. در چنین ساختار جدیدی، تفکر سنتی که بر منابع مشهود تکیه داشته، جای خود را به ارزش آفرینی در قالب منابع نامشهود داده است. به همین دلیل عصر حاضر، عصر تغییر و تحول سریع دانش است و کاروان دانش به سرعت به پیش می رود و همه دانش های دیروز و امروز را منسوخ می کند و این نشانگر این است که دانش ایستا نیست و چرخه حیاتی دارد. بکارگیری مدیریت دانش توسط اندیشمندان و مدیران، بازگویی پیدایش دورانی نو در سازمان ها و نشانگر درک نیازی نو در کسب و کار است. مدیریت دانش به عنوان یک روش مدیریتی نوین در سال های اخیر بحث داغ متون مدیریتی و سایر حوزه های وابسته بوده است. عوامل عمده ای باعث ظهور مدیریت دانش شده است اما به طور خلاصه، گذار از عصر سلطه سرمایه های مادی به سلطه سرمایه های فکری، افزایش خارق العاده اطلاعات، ذخیره الکترونیکی آن و افزایش دسترسی به اطلاعات، تغییر هرم سنی جمعیت و خطر از دست دادن دانش سازمانی به واسطه بازنشستگی کارکنان و تخصصی تر شدن فعالیت ها از عوامل عمده در ظهور پدیده ای به نام مدیریت دانش بوده است. در این تحقیق با توجه به اهمیت موضوع و ضرورت عملیاتی کردن مدیریت دانش در سازمان ها، به مهمترین رکن مدیریت

دانش یعنی اجرا و پیاده سازی و موانع و چالش های موجود بر سر راه استقرار مدیریت دانش می پردازیم و در ادامه سهم عوامل مختلف در موفقیت نظام مدیریت دانش مورد بحث و بررسی قرار می گیرد. در این پژوهش نگرشی عملی به مدیریت دانش خواهیم داشت و سعی در توصیف گامهایی داریم که سازمان باید برای اجرای موفقیت آمیز مدیریت دانش طی کند.

از جمله مواردی که لزوم انجام این تحقیق را نشان می دهد بشرح ذیل می باشد:

الف) وجود خلاهای ناشی از عدم توجه به دانش سازمانی

ب) بهره وری مناسب از منابع انسانی

ج) یادگیری کارآمد و موثر کارکنان

د) کاهش اشتباهات تکراری

ه) ایجاد انگیزش و تاکید بر نوآوری و خلاقیت

ث) افزایش رضایت مشتریان و ذینفعان

۴-۱-۱- اهداف تحقیق

۱- شناسایی عوامل تشکیل دهنده مدیریت دانش در شرکت پارس خودرو

۲- شناسایی نیازهای دانشی واحد برنامه ریزی تولید در شرکت پارس خودرو

۳- بررسی میزان تاثیر عوامل عمده دانشی مورد نیاز واحد برنامه ریزی تولید بر میزان اثربخشی برنامه ریزی

تولید

۵-۱- فرضیات تحقیق

۱-۵-۱- فرضیه اصلی

میان اثربخشی مدیریت دانش و اثربخشی برنامه ریزی تولید، ارتباط معناداری وجود دارد.

۲-۵-۱- فرضیات فرعی

- میان فرهنگ سازمانی و اثربخشی مدیریت دانش، ارتباط معناداری وجود دارد.
- میان ساختار سازمانی و اثربخشی مدیریت دانش، ارتباط معناداری وجود دارد.
- میان تکنولوژی و اثربخشی مدیریت دانش، ارتباط معناداری وجود دارد.

۱-۶- تعاریف متغیر ها و داده ها

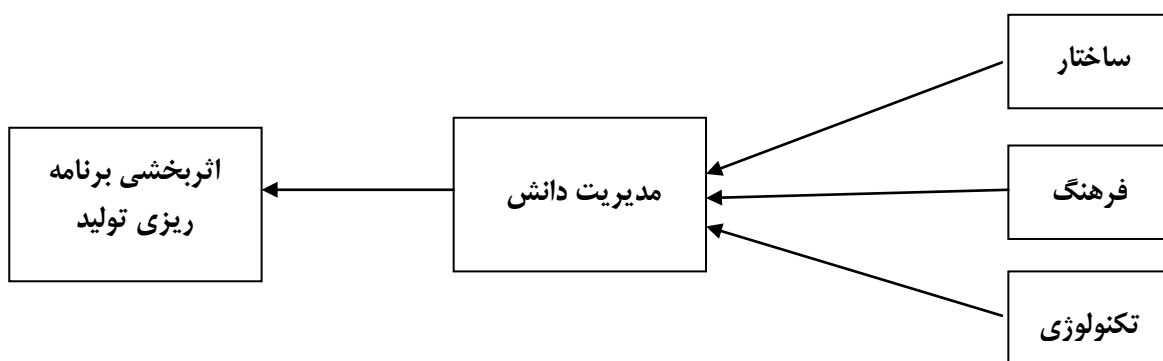
۱-۶-۱- متغیر مستقل

- ساختار سازمانی: لزوم هماهنگی رسمی الگوهای تعاملی اعضاء سازمان را مشخص می نماید(استیفن رابینز)
- تعریف دیگر ساختار: یکی از اجزای سازمان، که از عنصر پیچیدگی، رسمیت و تمرکز تشکیل شده است.
- فرهنگ سازمانی: تعاریف متعددی از فرهنگ سازمانی ارائه شده است که عبارتند از:
- فرهنگ سازمانی به عنوان ارزشهای غالب که بوسیله یک سازمان حمایت می شود.
 - فلسفه ای که خط مشی سازمان را به سمت کارکنان و مشتریان هدایت می کند.
 - ارزشهایی که به کمک آنها کارها و امور روزمره سازمان انجام می پذیرد. بطور کلی وجود سیستمی از معانی و مفاهیم مشترک در میان اعضاء سازمان است. (استیفن رابینز)
 - تکنولوژی سازمانی: عبارتند از: اطلاعات، تجهیزات، فنون و فرآیندهای لازم برای تبدیل نهاد به ستاده اطلاق میشود.

۱-۶-۲- متغیر وابسته

- اثر بخشی برنامه ریزی تولید: به عنوان میزان یا حدی که یک سازمان اهدافش محقق می سازد، تعریف میشود.

۱-۷- مدل تحقیق



۸-۱- سازماندهی تحقیق

تحقیق حاضر در ۵ فصل سازماندهی شده است. در فصل اول کلیات تحقیق شامل بیان مسئله، سوالات و اهداف تحقیق و فرضیات تحقیق تدوین گردیده اند. در فصل دوم به ادبیات تحقیق پرداخته شده که در آن به تبیین و تشریح متغیرهای تحقیق، ارائه نظریه ها و تحقیقات در باره موضوع تحقیق اشاره شده است. فصل سوم روش شناسی تحقیق است که در این فصل روش تحقیق معرفی شده و جامعه آماری و روش نمونه گیری و حجم نمونه تعیین شده اند. در فصل چهارم تحقیق توسط نرم افزار آماری spss نتایج حاصل از استخراج داده ها در دو بخش توصیفی و تحلیلی ارائه گردیده و فرضیات تحقیق آزمون شده اند. در فصل پنجم نیز بر اساس یافته های تحقیق نتیجه گیری کلی ارائه و پیشنهاداتی بر مبنای تأیید یا رد فرضیات تحقیق ارائه شده است. در انتهای این فصل محدودیتهای تحقیق نیز ذکر گردیده است.

فصل دوم

ادبیات تحقیق

۱-۲- تاریخچه مدیریت دانش

مدیریت دانش مفهوم تازه ای نیست در حقیقت مدیریت دانش بیشتر حاصل کار تمدن های قدیمی بوده است تا نوآوری های اخیر. نزدیک به ۱۵۰۰۰ سال پیش، این مزیت ها در دانش برگزیده بازرگان، صنعت گران، پزشکان، ومدیران دولتی برای مراجعات بعدی ثبت شده بود. تقریباً ۵۰۰۰ سال قبل، در بین النهرین مردم هزاران لوح رسی را که مربوط به ثبت قرارداد های حقوقی، برآورد مالیات، میزان فروش و قوانین بودند از دست دادند. راه حل این مسئله، شروع به کار نخستین موسسه اختصاصی برای مدیریت دانش یعنی کتابخانه بود. در کتابخانه هایی که در مرکز شهر قرار داشتند مجموعه ای از لوح ها، توسط مدیران حرفه ای دانش، مراقبت و نگهداری می شد.

تا سال ۱۹۹۰ تعدادی از شرکت های مشاوره، برنامه های مدیریت دانش را شروع کردند و تعدادی از شرکت های مشهور اروپایی، ژاپنی و آمریکایی برنامه های مدیریت دانش را نهادینه کردند. در سال ۱۹۹۱ تام استوارت مقاله خود تحت عنوان «قدرت مغز» را در مجله فورچون منتشر کرد و به این ترتیب مدیریت دانش در مطبوعات عمومی معرفی شد. شاید گسترده ترین کار مطالعاتی در زمینه مدیریت دانش مربوط به کار اکوجیرونوناکا و هیروتاکاتا که اوچی (۱۹۹۵) در کتاب شرکت دانش آفرین با عنوان «شرکت های ژاپنی چگونه پویایی های نوآوری را ایجاد می کنند» باشد. تا اواسط دهه ۹۰ ابتکارات در زمینه مدیریت دانش بواسطه اینترنت در حال اوج گیری بوده است. شبکه بین المللی مدیریت دانش که در سال ۱۹۸۹ آغاز شد، در سال ۱۹۹۴ به صورت بهنگام درآمد و پس از اندکی به گروه های مدیریت دانش و انتشارات آمریکا ملحق شد. با تمرکز سازمان ها بر مدیریت دانش ضمنی و صریح برای رسیدن به مزیت رقابتی، تعداد کنفرانس ها و سمینارهای مدیریت دانش افزایش یافته است. در سال ۱۹۹۴، شبکه بین المللی مدیریت دانش نتایج بررسی های خود در خصوص مدیریت دانش را که در شرکت های اروپایی انجام شده بود منتشر کرد و در سال ۱۹۹۵ جامعه اروپا خواستار اختصاص بودجه به پروژه های تحقیقاتی مدیریت دانش شد. امروزه مدیریت دانش مکمل دیگر

حوزه‌ها است و سازمان‌های حرفه‌ای به رابطه بین مدیریت دانش با حوزه‌هایی مانند الگوگیری، بهترین تجربیات، مدیریت ریسک و مدیریت تغییر می‌پردازند.

ویگ و پروساک (۲۰۰۱) ادعا می‌کنند که ریشه مدیریت دانش به ۳۰۰۰ سال قبل از میلاد مسیح باز می‌گردد. به عبارت دیگر مروری بر روند تکامل مدیریت دانش، حاکی از آن است که مدیریت دانش، در سراسر دوره‌ها به شکل‌های مختلفی حضور داشته، از تصاویر حک شده در لوح‌های رسی گرفته تا انواع سیستم‌های فنی و تکنولوژیکی که امروزه انسان با استفاده از آنها، ایجاد فرهنگ دانش مدار و تحقق یکپارچه چهار حلقه، خلق، سازماندهی، تبادل و به کار بستن آنرا مدیریت می‌کند. در دوره معاصر نظریه پردازان بزرگی همچون پیتر دراکه، پاول استراوس من و پیتر سنگه از آمریکا را نام برد. دراکر و استراوس من بیشتر در زمینه اهمیت ارتقا اطلاعات و دانش ساده به عنوان منابع سازمانی، و سنگه با تمرکز بر سازمان‌های یادگیرنده ابعاد فرهنگی مدیریت دانش را به وجود آوردند. در حقیقت دانشمندی معروف لئونارد بارتون توانست مورد کاوی قابل توجهی را از شرکت استیل چاپارل ارائه دهد شرکتی که راهبرد‌های موثری را در زمینه مدیریت دانش تا اواسط دهه ۱۹۷۰ مورد بررسی قرار داد بطور کلی اولین کتاب درباره یادگیری سازمانی و مدیریت دانش در سال ۱۹۹۰ منتشر شدند^۵ به عنوان مثال می‌توان از کتاب سنگه به نام « پنج اصل » و یا کتاب ساکایی با عنوان « انقلاب ارزش دانش » نام برد. یا اینکه نوناکو که در سال ۱۹۹۵ کتاب شرکت دانش آفرین را نوشت و برای اولین بار اصطلاح مدیریت دانش را به کار برد. به عبارت دیگر وسیع‌ترین کار تحقیقاتی در زمینه مدیریت دانش تا امروز در سال ۱۹۹۵ توسط «ایکوجیرو نوناکو، هیروتاکا تاکاکی شی» در سازمان خلق دانش به نام « چگونه شرکت‌های ژاپنی نوآوری و پویایی را به وجود می‌آورند » (احمدی، صالحی، ۱۳۸۹: ۵۷-۵۹).

بطور کلی می‌توان ریشه‌ای مدیریت دانش را بین سال‌های ۶۰ تا ۷۰ میلادی در آمریکا نیز جستجو کرد. گرچه زاند^۳ به طور واضح و شفاف دانش اجتماعی را پیش‌بینی کرده بود اما در مقاله‌اش در سال ۱۹۶۹ به طور دقیق

به دانشگران و افراد متخصصی که با دانش در سطح سازمان های دانشی سروکار دارند و همچنین به شیوه های مدیریت این نوع دانش ها در سازمان نپرداخته بود ولی ریکسون^۴ که یک جامعه شناس بود، به طور واضح از واژه واقعی مدیریت دانش استفاده کرد، اما با مفهومی جدای از مفهومی که مورد نظر ماست. او روی نقش شرکت های صنعتی بزرگ که روی تولید دانش های فن آوری محور و کاربردی متمرکز شده بودند مطالعه نمود. بنابر این در آن زمان واژه مدیریت دانش برای تحلیل فرایندهای توسعه دانش کاربردی در جامعه استفاده می شد، نه در سازمان ها به همین خاطر بود که تا چندین سال نه بطور عملی و نه به طور نظری هیچ استفاده جدی از این تعریف نشد و تقریباً ۲۰ سال طول کشید تا این واژه بنا به ضرورت، دوباره بیان و به شکل امروزی از آن استفاده شود. (باقری، اخوان، ۱۳۸۹: ۱۷).

روند پیشرفت مفهوم مدیریت دانش	روند زمانی
مدیریت دانش مطرح شد	دهه ۱۹۷۰
بر اهمیت مدیریت دانش افزوده شد، انتشارات مربوط به مدیریت به مدیریت دانش سیر صعودی می گیرد	دهه ۱۹۸۰
فعالیت گسترده شرکت های آمریکایی، اروپایی، ژاپنی در حوزه مدیریت دانش شکل می گیرد	اوایل ۱۹۹۰
شبکه های بین المللی مدیریت دانش پدید می آید	اواسط دهه ۱۹۹۰
مدیریت دانش در زمره فعالیت های تجاری شرکت های بزرگ در می آید	اواخر دهه ۱۹۹۰
شرکت های بزرگ اروپایی حدود ۵۵ درصد درآمد خود را به مدیریت دانش اختصاص دادند	هزاره سوم

ماخذ: گاهشمار مدیریت دانش (حسن زاده، ۱۳۸۶: ۱۶)

۲-۲- تعریف مدیریت دانش

فرایندی است که طی آن سازمان به تولید ثروت از دانش و یا سرمایه فکری خود می پردازد. همچنین در تعریف مدیریت دانش، مالهورترا بیان میدارد که مدیریت دانش فرایندی است که به واسطه آن سازمان ها در زمینه یادگیری (درونی کردن دانش)، کد گذاری دانش (بیرونی کردن دانش)، توزیع، و انتقال دانش مهارت

2-Rickson

3-Knowledge managment

هایی را کسب می کند. همچنین بلانت معتقد است که مدیریت دانش فرایندی است که سازمان ها از طریق آن اطلاعات جمع آوری شده خود را به کار می گیرند.

تات و هیس (۲۰۰۷)، بر این باورند که سه موضوع کلیدی می بایست در اجرای پروژه های مدیریت دانش مد نظر قرار گیرند، عامل اول، درک و آگاهی کارکنان نسبت به مدیریت دانش است. عامل دوم، تعریف اهداف است که به درک و اهمیت راهبردی مدیریت دانش به عنوان یک ابزار کارا برمیگردد. عامل سوم، فعالیت های اجرایی که به دنبال توانمند سازی بحث مدیریت دانش برای حمایت از اهداف سازمانی معطوف می باشد.

ماتی (۲۰۰۴) نیز عامل کلیدی موفقیت مدیریت دانش را فرهنگ، سازماندهی مناسب مدیریت دانش راهبرد، سامانه، زیر ساخت های فناوری اطلاعات، اندازه گیری و فرایند های موثر سامانه ای می داند.

همچنین مدیریت دانش، فرایند یا فعالیت ایجاد بدست آوردن، تسخیر، تسهیم و به کار بردن دانش، هر جایی که وجود داشته باشد، برای افزایش یادگیری و عملکرد در سازمان ها است (Swan, 1999).

هولس اپل و جوشی (۲۰۰۲)، در تحقیقی تحت عنوان ابعاد سه گانه مدیریت دانش، به معرفی و ضرورت به کارگیری مدیریت دانش پرداخته و با ارائه الگوی کاربردی موجب درک روشن تری از مدیریت دانش شدند.

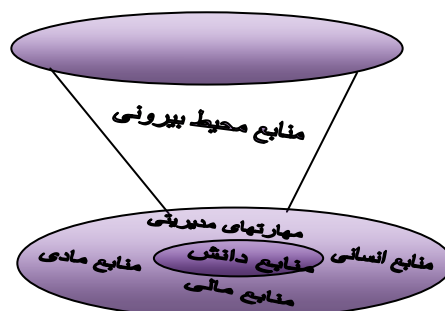
این ابعاد سه گانه عبارتند از:

۱- معرفی و توصیف منابع اطلاعات که می بایست مدیریت شوند.

۲- شناسایی و برنامه ریزی ماهرانه منابع اطلاعاتی

۳- شناسایی عواملی که در ارتباط با این منابع اطلاعاتی تحت تاثیر قرار می دهند

مدل پیشنهادی هولس اپل و جوشی در معرفی منابع سازمانی به صورت شکل زیر می باشد:



(Holsapple & Jashi, 2002, 50)

۳-۲-مدیریت دانش از نظر کسب و کار

مدیریت دانش از نظر کسب و کار عبارت است از، یک راهبرد بهینه سازی کسب و کار به طریق نظام مند و تعهدی که اطلاعات ضروری برای کسب و کار را به نحوی که انتخاب، پالایش، ذخیره، سازماندهی و جمع بندی می کند که عملکرد و کارکرد کارکنان و رقابت پذیری شرکت را بهبود می دهد.

مدیریت دانش یک راهبرد بهینه سازی در کسب و کار است و محدود به فن آوری یا منبع خاصی از اطلاعات نیست. (برایان برجرون، ۱۳۸۶: ۱۵).

استراتژی مدیریت دانش را به طور کلی می توان براساس ویژگی های آن در دو قالب بررسی نمود: اولین مکتب مربوط به تقسیم استراتژی های مدیریت دانش به استراتژی شخصی سازی و صریح سازی می باشد استراتژی شخصی سازی که هدف آن جمع کردن دانش، ذخیره کردن آنها در بانک داده ها، و فراهم کردن دانش قابل دسترس در قالب صریح و تدوین شده را دارد و مناسب برای سازمان هایی است که می خواهند از دانش موجود استفاده نمایند.

استراتژی دوم، استراتژی شخصی سازی می باشد که تمرکز این استراتژی بر ذخیره دانش نیست اما تمرکز آن بر استفاده از فن آوری اطلاعات برای کمک به افراد جهت برقراری ارتباط بین دانش های افراد می باشد. هدف از این استراتژی انتقال، برقراری ارتباط و تبادل دانش میان شبکه های دانش همانند تالار های مباحثه می باشد. (حسن زاده، فاطمی، عمرانی، ۱۳۸۸: ۴۷-۴۶).

مدیریت دانش همچنین شامل خط مشی ها، استراتژی ها و تکنیک هایی است که هدفشان رقابت پذیری سازمان یا بهینه سازی شرایط مورد نیاز برای بهبود کارایی، نوآوری و فضای همکاری بین کارکنان سازمان می باشد. (جعفری، اخوان، اختری، ۱۳۹۰: ۱۵).

بطور کلی «پیتر دراگر» دانش را پایه رقابت در جامعه پس از سرمایه داری می داند و پاول رومر اقتصاددان دانشگاه استنفورد آن را تنها منبع نامحدودی معرفی می کند که نه تنها در اثر استفاده کاهش نمی یابد بلکه

افزایش نیز پیدا می کند. در حالیکه اقتصاد دانان سنتی بنگاه اقتصادی را به صورت جعبه سیاهی تصور می کردند که منابعی به آن وارد و محصولاتی از آن خارج می گردد. (جعفری، اخوان، اختری، ۱۳۹۰: ۱۶).

سازمان ها به چندین دلیل به مدیریت دانش می پردازند:

نخستین دلیل، افزایش نوآوری در سازمان است و دومین دلیل عمده این کار عبارت است از کنارگیری افراد و بازنشستگی آنها که بیرون رفتن دانش از سازمان را به دنبال دارد. مدیریت دانش، فرایند ایجاد ارزش برای سرمایه نامحسوس یک سازمان است سرمایه نامحسوس که از آن به سرمایه معنوی نیز تعبیر می شود.

به عبارت دیگر مدیریت دانش این امکان را به وجود می آورد در محیطی که ترس از رسانه های جدید در بین کارکنان سایه افکننده، آشتی بین کارکنان و رسانه ها را به وجود آورد. (Bahara، ۲۰۰۱، ۶۵).

در تعریف مدیریت دانش چند نکته قابل ذکر است :

- مدیریت دانش به عنوان جز کلیدی در نظر گرفته شده است که خود دارای اجزای مختلفی است که بنا بر تعریف گیولیک (۱۹۳۷) عبارتند از : طرح ریزی، سازماندهی، کارگزینی، هدایت (رهبری)، هماهنگی، گزارش دهی، و بودجه بندی .

- تبدیل دانش به خود آفرینی است که بخش عمده ای از کار مدیریت دانش را به خود اختصاص می دهد دانش در سازمان به صورت عیان و نهان وجود دارد آنچه در ذهن است و باید به صورت عینی در آید. (برون افکنی)

- دانش به عنوان سرمایه سازمانی در نظر گرفته شده است که برای دستیابی به اهداف سازمان مورد استفاده قرار می گیرد. بنابراین هر سازمانی با توجه به ماهیت، اهداف و زمینه کارکردی خود می تواند سازوکارهای مدیریت دانش خاص خود را داشته باشد (حسن زاده، ۱۳۸۶: ۱۹-۱۸).

۴-۲-مدیریت دانش و تعاریف آن

مدیریت دانش ناظر بر مجموعه‌ای از فرآیندها است که طی آن جریان دانایی در یک جامعه به صورت

مستمر و فزاینده هدایت می‌شود (Santosus and surmacz, 2004).

واژه مدیریت دانش تعاریف مختلفی دارد که برخی از آنها عبارتند از (Sarmiento, 2003):

۱. بخشی از مجموعه سلسله مراتب متشکل از داده، اطلاعات، دانش و معرفت است.
۲. موقعیتی است که به اطلاعات داخل سازمان ارزش می‌بخشد.
۳. مسیری است که در آن دانش خلق شده و برای نیل به اهداف استفاده می‌شود.
۴. روند آگاهانه ایجاد، اعتبار بخشی، ارائه و توزیع دانش و کاربرد آن است.
۵. فرآیند نظام‌مند نمودن، انتخاب، سازماندهی و ارائه دادن، اطلاعات و دانش بگونه‌ای است که درک فرد را در زمینه خاص و مورد نظر بهبود دهد.
۶. به سازمان کمک می‌کند تا از مجموعه تجربیات حاصله درک مدون و شفافی بدست آورده و انعطاف‌پذیری را افزایش می‌دهد.
۷. مجموعه‌ای از اعمال منظم و نظام‌مند است که برای بدست آوردن با ارزش‌ترین نتیجه از دانش در دسترس انجام می‌شود.

تعریف مدیریت دانش	نویسنده
تمرکز بر شناسایی، سازماندهی، هدایت، تسهیل و پالایش فعالیت‌های مرتبط با دانش و فعالیت‌های مورد نیاز برای رسیدن به اهداف کسب و کار	Wiig (2004)
فرآیند خلق، استخراج، انتقال و ذخیره دانش و اطلاعات صحیح بمنظور بهینه‌سازی سیاست‌گذاری‌ها و انتقال نتایج	Horwitch and armacost (2002)
مدیریت دانش سازمان از طریق فرآیندهای سیستماتیک بمنظور اکتساب، سازماندهی، نگهداری، اشتراک و تجدید دانش آشکار و نهان کارمندان در جهت افزایش بازدهی و ارزش سازمان	Alle(1977) Davenport (1998) Alavi and Leidner (2001)
یک مجموعه از فعالیت‌های تبدیل دانش بمنظور خلق دانش	Nonaka and Takeuchi (1991)