

مطالعه تئوریک مدیریت دانش

نویسنده مسئول: مقداد امینیان

دانشجوی دکتری، دپارتمان مدیریت بازرگانی، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی، بابل، ایران

aminiyanmeghdad@yahoo.com

حمیدرضا روزبان

دانشجوی دکتری، دپارتمان مدیریت بازرگانی، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی، بابل، ایران

rozban2003@yahoo.com

آزاده مدنی

دانشجوی دکتری، دپارتمان مدیریت بازرگانی، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی، بابل، ایران

azadeh.madani@gmail.com

امید مراغه

دانشجوی دکتری، دپارتمان مدیریت بازرگانی، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی، بابل، ایران

omidmaragh@yahoo.com

The Theoretical Study Of Knowledge Management

Corresponding author : Ph.D Scholar Meghdad Aminiyan

Department of Business Management, Babol Branch, Islamic Azad University, Babol , Iran

Ph.D Scholar Hamidreza Rozban

Department of Business Management, Babol Branch, Islamic Azad University, Babol , Iran

Ph.D Scholar Azadeh Madani

Department of Business Management, Babol Branch, Islamic Azad University, Babol , Iran

Ph.D Scholar Omid Maragheh

Department of Business Management, Babol Branch, Islamic Azad University, Babol , Iran

چکیده

امروزه و در عصر اطلاعات، تسریع تبادل اطلاعات و دانش و روزآمدی آن یکی از مهم ترین نیازهای اساسی سازمان ها می باشد. مدیریت دانش موضوع جدیدی است که نظر اکثر سازمان های کشور توسعه یافته و در حال توسعه را به خود جلب نموده و پیوسته بر تعداد سازمان های موفق که با استقرار هدفمند مدیریت دانش به موفقیت دست یافته اند، افزوده می شود؛ بنابراین در این پژوهش سعی کردیم مروری کامل بر مبحث بسیار حساس و کلیدی مدیریت دانش داشته باشیم.
واژگان کلیدی: اطلاعات، دانش، مدیریت دانش.

Abstract

Today, in the information era, one of the important basic needs of organizations Accelerate the exchange of information and knowledge and update it. Knowledge Management is new issue for most organizations developed and developing countries has attracted and it increased on the number of successful organizations that are successful deployment of targeted knowledge management Constantly; so In this study , we tried a complete overview on the topic of knowledge management to be very critical and key.

Keyword: Information, Knowledge, Knowledge Management.

مقدمه

امروزه و در عصر اطلاعات، تسریع تبادل اطلاعات و دانش و روزآمدی آن یکی از نیازهای اساسی سازمان‌ها می‌باشد. با کمی دقت در روند رشد سازمان‌ها در خواهیم یافت که علت افول و پایان چرخه حیات اکثر سازمان‌ها، روزآمد نبودن دانش و اطلاعات و عدم همگانی با شرایط روز جهانی و از سوی دیگر، مقاومت کارکنان در برابر تغییر، عدم توجه مدیران ارشد، سازمان‌ها به قابلیت‌های نیروی انسانی جهت کسب و به کارگیری دانش روز و خروج بخش عظیمی از دانش ارزشمند و کاربردی سازمان در اثر بازنشستگی کارکنان با تجربه بوده است. لذا مدیریت آن امری عاقلانه و شایان توجه به نظر می‌رسد.

مدیریت دانش مقوله جدیدی است که نظر اکثر سازمان‌های کشور توسعه یافته و در حال توسعه را به خود جلب نموده و پیوسته بر تعداد سازمان‌های موفق که با استقرار هدفمند مدیریت دانش به موفقیت دست یافته‌اند، افزوده می‌شود. امروزه در سازمان‌ها، دانش به عنوان منبع نوآوری، خلاقیت، بهره‌وری و افزایش کیفیت کار نیروی انسانی، سهولت تبادل اطلاعات، توفیق در مدیریت مؤثر ارتباط با مشتریان و در نهایت رشد و بقای سازمان شناخته می‌شود (ربیعی و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۴۲).

همان‌گونه که دراکر^۱ پیش‌بینی کرده بود، در سال‌های اخیر، سازمان‌ها و شرکت‌های مختلف، پیوستن به روند دانش را آغاز کرده‌اند و مفاهیم جدیدی چون کاردانشی، مدیریت دانش و سازمان‌های دانشی خبر از شدت یافتن این روند می‌دهند. سازمان دانشی به توانمندی‌های دست می‌یابد که قادر است از نیروی اندک، قدرتی عظیم بسازد.

چنین به نظر می‌رسد که در دیدگاه‌ها و نظریات جدید حوزه مدیریت، مدیریت دانش و سرمایه های فکری سازمان‌ها، یکی از راه‌کارهای اصلی فعالیت و موفقیت در محیط پرتلاطم کاری آن‌هاست. از سوی دیگر، پژوهش‌های مدیریت ارتباط با مشتری بر این نکته تأکید دارند؛ که شرکت‌ها دریافته‌اند حفظ مشتریان موجود، با توسعه روابط بلندمدت و رفع نیازهای آن‌ها، نسبت به جذب مشتریان جدید دارای سودآوری بیشتری می‌باشد. این روابط طولانی مدت که تا حد زیادی بر روی دانش مشتری و سیستم‌های مدیریت دانش و مدیریت ارتباط با مشتری استوار است نه تنها توانایی سازمان را جهت تعامل، جذب و ایجاد روابط شخصی با مشتریان، بهبود می‌بخشد بلکه هم‌چنین توانایی افزایش دانش مشتریان را در مورد آن‌ها افزایش می‌دهد (گلستانی، ۱۳۹۱: ۲).

تاریخچه مدیریت دانش

مدیریت دانش از اواخر دهه ۱۹۷۰ مطرح گردید. در اواسط دهه ۱۹۸۰ و آشکار شدن جایگاه دانش و تاثیر آن بر قدرت رقابت در بازارهای اقتصادی، اهمیت آن مضاعف شد. در این دهه نظام‌های مبتنی بر هوش مصنوعی و نظام‌های هوشمند برای مدیریت دانش به کار گرفته می‌شد و مفاهیمی چون فراهم آوری دانش، مهندسی دانش، نظام‌های دانش محور و مانند آن رواج یافت. در اواخر دهه ۱۹۸۰ سیر صعودی انتشار مقالات مربوط به مدیریت دانش در مجلات حوزه‌های مدیریت، تجارت، علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی را می‌توان مشاهده کرد. در همین دوران اولین کتاب‌های مربوط به این حوزه منتشر شدند. در آغاز دهه ۱۹۹۰ فعالیت گسترده سازمان‌های آمریکایی، اروپایی و ژاپنی در حوزه مدیریت دانش به نحو چشم‌گیری افزایش یافت. ظهور وب جهانی در اواسط دهه ۱۹۹۰ تحرک تازه‌ای به حوزه مدیریت دانش بخشید. شبکه بین‌المللی مدیریت دانش در اروپا^۲، مجمع مدیریت دانش ایالات متحده آمریکا^۳ فعالیت‌های خود را در شبکه اینترنت گسترش دادند. در سال ۱۹۹۵، اتحادیه اروپا طی برنامه‌ای به نام اسپریت^۴ بودجه قابل ملاحظه‌ای را برای اجرای طرح‌های مدیریت دانش اختصاص داد. به تدریج شرکت‌های بزرگی مانند ارنست و یانگ^۵، بوز آلن و همیلتون^۶ و ده‌ها شرکت دیگر به شکل تجاری وارد عرصه مدیریت دانش شدند. اکنون مدیریت دانش در سال‌های آغازین قرن ۲۱ برای بسیاری از کشورهای پیشرفته به عنوان نماد رقابت و عامل

1 - Drucker

2 - International Knowledge Management Network

3 - United State Knowledge Management Forum

4 - ESPRIT (European Strategic Program on Research in Information Technology)

5 - Ernest & Young

6 - Booz Allen & Hamilton

دستیابی به قدرت و توسعه است. شرکت‌های بزرگ اروپایی از سال ۲۰۰۰ به بعد حدود ۵۵ درصد درآمد خود را به مدیریت دانش اختصاص داده‌اند. جدول ۱ تاریخچه مدیریت دانش را به‌طور خلاصه نشان می‌دهد (حسن زاده، ۱۳۸۶).
جدول ۱: تاریخچه مدیریت دانش (حسن زاده، ۱۳۸۶)

دهه	روند پیشرفت مفهوم مدیریت دانش
دهه ۱۹۷۰	مدیریت دانش مطرح شد.
دهه ۱۹۸۰	بر اهمیت مدیریت دانش افزوده شد و انتشارات مربوط به مدیریت دانش سیر صعودی یافت.
اوایل دهه ۱۹۹۰	فعالیت‌های شرکت‌های آمریکایی، اروپایی و ژاپنی در حوزه مدیریت دانش شدت یافت.
اواسط دهه ۱۹۹۰	شبکه‌های بین‌المللی مدیریت دانش پدید آمد.
اواخر دهه ۱۹۹۰	مدیریت دانش در زمره فعالیت‌های تجاری سازمان‌های بزرگ درآمد.
هزاره سوم	سازمان‌های بزرگ اروپایی حدود ۵۵ درصد درآمد خود را به مدیریت دانش اختصاص دادند.

داده، اطلاعات و دانش

پله‌های دانش از سه عنصر داده، اطلاعات و دانش تشکیل شده است. داده، مجموعه‌ای از حقایق و امور مسلم درباره یک پدیده است. اطلاعات شامل سازمان‌دهی، گروه‌بندی و مقوله‌بندی داده‌ها در الگوهایی معنادار است؛ و دانش، اطلاعاتی است که با تجربه، زمینه، تعبیر و تأمل ترکیب شده و اقدام صحیح را ممکن می‌سازد (شاه حسینی و نصیرانی، ۱۳۹۳: ۲).

داده: سازمان‌های نوین، معمولاً داده‌ها را در یک سامانه فن‌آوری ذخیره می‌کنند. شرکت‌ها، مدیریت داده‌ها را از نظر کمی بر حسب ظرفیت، سرعت و هزینه و طرح سؤالاتی از قبیل پرسش‌های زیر ارزشیابی می‌کنند:
آیا وقتی به داده‌ها نیاز داریم در اختیارمان قرار می‌گیرند؟ آیا نیازهای ما را تأمین می‌کنند؟ آیا می‌توان از آن‌ها سردرآورد؟ از این‌رو می‌توان گفت که: داده‌ها مواد خام و عناصر مورد نیاز برای تصمیم‌گیری هستند (افرازه، ۱۳۸۲).

اطلاعات: دومین سطح مدیریت دانش را اطلاعات تشکیل می‌دهد. این سطح، داده‌های کمی خلاصه شده را در بر می‌گیرد که گروه‌بندی، ذخیره، پلایش و سازمان‌دهی شده‌اند تا بتوانند معنی‌دار شوند. این سطح از داده‌ها بیانگر دانش نیستند. آن‌ها نشانگر آغاز مدیریت اطلاعات هستند، اطلاعاتی که مدیر می‌تواند به کارگیرد تا کاری بیش از پردازش مرادفردی انجام دهد. اطلاعات غالباً تشکیل اعداد و ارقام، کلمات و گزاره‌های انباشته شده را به خود گرفته و معنایی را ارائه می‌کند که بزرگتر از آن چیزی است که از داده‌های خام مکشوف می‌گردد (احمدی و صالحی، ۱۳۹۱: ۷).

دانش: مخلوط سیالی از تجربیات، ارزش‌ها و اطلاعات جدید است. دانش، در ذهن دانشور به وجود آمده و به کار می‌رود. دانش در سازمان‌ها نه تنها در مدارک و ذخایر دانش، بلکه در رویه‌های کاری، فرآیندهای سازمانی، اعمال و هنجارها مجسم می‌شود. دانش، به شکل‌های پویا و نیز انباشته و ایستا قابل تصور است. دانش از اطلاعات و اطلاعات از داده‌ها ریشه می‌گیرند. تبدیل اطلاعات به دانش در عمل برعهده خود بشر است. دانش، ساده و روشن نیست، مخلوطی از چند عامل متفاوت سیالی است که در عین حال ساخت‌های مشخصی دارد و نهایت این که مجازی و شهودی است.

بدین ترتیب می‌توان موضوعات فوق را به صورت زیر نیز تعریف نمود:

- ❖ داده‌ها: سمبل‌هایی (نشانه‌هایی) از چگونگی و کمیت واقعیت هستند.
- ❖ اطلاعات: اطلاعات زمانی ایجاد می‌شوند که انسان به داده‌ها معنی می‌بخشد. اکثراً به صورت نمایش ساختارمند و مرتب داده‌ها بروز می‌کنند.

❖ دانش: توانایی فردی، سازمانی و گروهی است که فرد از طریق آن می‌تواند یک وظیفه (کاری) را انجام دهد (شاه حسینی و نصیرانی ۱۳۹۳: ۲).

روابط داده، اطلاعات و دانش

روابط قابل ملاحظه‌ای بین دانش و مفاهیمی شبیه داده و اطلاعات وجود دارد. داده، اطلاعات و دانش نمی‌توانند به‌عنوان موجودیت‌های جداگانه در نظر گرفته شوند بلکه در طول یک طیف قرار دارند. به‌عنوان مثال، داده از هر نوع زمینه‌ای مستقل است منتها اگر داده در یک زمینه قرار گیرد، ما کم و بیش می‌فهمیم رابطه‌ای بین آن‌ها وجود دارد که اطلاعات را تشکیل می‌دهد. مفهوم مهمی که اینجا وجود دارد این است که دانش شامل تشخیص یا فهم الگوها است و موقعی که یک الگو در میان اطلاعات وجود دارد، الگو، استعداد ارائه دانش را دارد.

جدول ۲: تعاریف دانش (منبع: لی و چوی، ۲۰۰۳)

نویسنده	تعریف دانش
اندرسون و ای پی کیو سی ^۷ (۱۹۹۶)	اطلاعاتی که ارزش و تجربیات جمعی سازمان را دارد.
بوک ^۸ (۲۰۰۱)	عقاید افراد برای حل مسائل سازمانی.
دلفی ^۹ (۱۹۹۷)	اطلاعات موجود در ذهن افراد.
دمارست ^{۱۰} (۱۹۹۷)	اطلاعات عمل‌گرایانه.
ارنست و یانگ ^{۱۱} (۱۹۹۸)	افکار، قابلیت‌ها و اطلاعاتی که می‌تواند ارزش را افزایش داده و گسترش دهد.
کی پی ام جی ^{۱۲} (۱۹۹۸)	تجربیات، حقایق و قوانین درباره‌ی نواحی ذهنی که برای کسب و کار حیاتی هستند.
لئونارد و بارتون ^{۱۳} (۱۹۹۵)	اطلاعاتی که عمل‌گرایانه و حداقل تا اندازه‌ای بر اساس یک تجربه هستند.
نوناکا و تاکوچی (۱۹۹۵)	تعدیل عقاید واقعی.
پنتلند (۱۹۹۵)	محصولی برای مجموعه‌ای از فعالیت‌های مداوم که در ساختار فیزیکی و اجتماعی در سازمان قرار دارد.
راگل ^{۱۴} (۱۹۹۷)	ترکیب سیال از اطلاعات مفهومی، ارزش‌ها، تجارب و قوانین.
استین و واز ^{۱۵} ، ۱۹۹۵	مجموعه‌ی تجربیات انباشته شده.

7. Anderson & APQC

8. Bock

9. Delphi

10. Demarest

11. Ernst & Young

12. KPMG

13. Leonard Barton

14. Ruggle

15. Stein & Zwass

اسپک و اسپیجروت^{۱۶} (۱۹۹۷) مجموعه کلی از بینش‌ها، تجربیات و قوانین.

۱- تشخیص دانش از اطلاعات

اطلاعات اساساً بر پایه داده است، طبق نظر ویگ^{۱۷} (۲۰۰۴) تفاوت اصلی بین دانش و اطلاعات این است که "دانش برای به‌کارگیری در انجام فعالیت است و اطلاعات برای توصیف." زمان زیادی صرف تعریف دانش در صنعت شده است، بر طبق نظر اسنودن^{۱۸} (۱۹۹۹) زمان صرف تعریف دانش کردن بسیار ضروری و حساس نیست، سپس مطرح می‌کند که چیزی که مهم است این است که ما تفاوت بین اطلاعات و دانش را درک کنیم. هر سازمانی که مدیریت دانش را دنبال می‌کند باید بین دانش و اطلاعات تفاوت قائل شود که اگر اینگونه نباشد امکان دارد کارکنان دانش و اطلاعات را با هم اشتباه بگیرند. براون و دوگوئید^{۱۹} (۱۹۹۸) تأکید کردند که این اشتباه است که این دو را یکسان فرض کنید به این معنی که شما می‌توانید دانش را با همان روشی که اطلاعات را مدیریت می‌کنید مدیریت کنید. بر طبق نظر نوناکا و تاکوچی تفاوت بین دانش و اطلاعات این است که "اطلاعات یک جریان از پیام‌ها است، درحالی‌که دانش توسط جریان‌های اطلاعات زیادی خلق می‌شود و در باورها و عقاید دارنده‌اش استوار می‌شود." اگرچه خط و مرز بین دانش و اطلاعات روشن نیست، لیکن چند ویژگی وجود دارد که این دو را از هم جدا می‌کند.

- ۱- *سطح ظرافت*: اطلاعات غالباً به موقعیت‌ها، شرایط، فرآیندها و یا هدف‌های خاص اشاره دارد. در این صورت در برگزیده سطحی از ظرافت و دقت است که آن را برای کار مورد نظر مناسب می‌کند. وراى موقعیت یا کار خاص، اطلاعات تا زمانی که به دانش تبدیل نشود، کم ارزش خواهد بود. برای مثال، اطلاعات در خصوص محصول الف چیزهای زیادی در خصوص محصول ب آشکار نمی‌کند. ولی دانش، کاملاً انتزاعی است و به‌گونه‌ای طراحی شده که بتواند ظرافت خاص را از بین برده و کاربرد وسیع‌تری داشته باشد.
 - ۲- *زمینه*: اطلاعات معادل داده‌ها در متن است. زمینه ممکن است محصول، مشتری یا فرآیند کسب و کار باشد و شکل اولیه داده‌ها را تا سطح اطلاعات ارتقا دهد. زمینه، اطلاعات را برای مدیریت جهت تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی مفید می‌کند. مدیر نتایج معناداری را در خصوص معاملات با بررسی و بازبینی داده‌ها استخراج می‌کند. برای اینکه داده مفید واقع شود، باید در درجه اول در زمینه قرار گیرد.
 - ۳- *دامنه*: دامنه اطلاعات کلاً محدود به زمینه‌ای است که در آن ایجاد می‌شود. اطلاعات فروش به مدیران در خصوص فروش، مطالبی ارائه می‌دهد، دانش در این خصوص فراتر عمل می‌کند و در موقعیت‌های گوناگون کاربرد دارد.
 - ۴- *به‌هنگام بودن*: اطلاعات بر زمان مبتنی است و بنابراین، به‌طور مداوم در حال تغییر است. به مجرد اینکه داده جدید، اخذ شود، اطلاعات جدیدی مورد نیاز خواهد بود، به عنوان مثال اطلاعات ماه اسفند با اطلاعات ماه فروردین، به احتمال زیاد، متفاوت خواهد بود زیرا داده‌های تشکیل دهنده‌ی آن‌ها تغییر پیدا کرده است. دانش به علت بار معنایی زیاد خود، حساسیت زمانی کمتری دارد. دانشی که از اطلاعات دیروز و امروز به دست آمده، می‌تواند برای درک اطلاعات فردا به کار رود (رادینگ^{۲۰}، ۲۰۰۵).
- دانش به واسطه نزدیکی به تصمیم‌ها و اقدامات سازمانی به مراتب بیش از داده‌ها و اطلاعات می‌تواند باعث بهبود عملکرد شده و در نتیجه کیفیت خدمات سازمان‌ها را به‌طور عام و سازمان‌های دولتی را به‌طور خاص بهبود ببخشد (هالز و همکاران، ۲۰۰۲). در شکل ۱ توالی اثر اطلاعات و دانش بر تصمیم‌گیری آمده است:

¹⁶ - Spek & Spijervet

¹⁷ - Wiig

¹⁸ - Snowden

¹⁹ - Brown & Duguid

²⁰ - Rading



شکل ۱: اثر اطلاعات و دانش بر تصمیم‌گیری (هالز و همکاران^{۲۱}، ۲۰۰۲)

هرگاه داده‌ها پردازش، پالایش و سازماندهی شوند به اطلاعات تبدیل می‌شوند و اطلاعات اگر تفسیر، تبدیل و گسترش یافته و عملی شوند به دانش تبدیل می‌گردند. در واقع، اطلاعات نمی‌تواند به دانش تبدیل شود مگر اینکه ارزش آن به گونه‌ای از طریق تفسیر، سازماندهی، پالایش، گزینش یا مهندسی بالا رود (رادینگ^{۲۲}، ۲۰۰۴). دانش در سازمان‌های تجاری در دو قلمرو یافت می‌شود: ۱. نظام‌های اطلاعاتی و فرایندهای تجاری اطلاعات‌مدار (دانش به عنوان اطلاعات)، ۲. کارکنان (دانش به عنوان منابع انسانی). هر دو نوع دانش برای سازمان ارزشمندند. سازمان برای اینکه موفق شود باید به رشد و توسعه هر دو نوع دانش به عنوان بخشی از دارایی‌های دانش خود همت گمارد.

تعاریف مدیریت دانش

درخصوص تعریف مدیریت دانش توافقی وجود ندارد و تعاریف گوناگونی در این خصوص ارائه گردیده که هر یک ابعادی از این موضوع را نمایش می‌دهند در اینجا چند نمونه از تعاریف را مرور می‌نماییم:

جونز^{۲۳}: رویکردی یکپارچه و نظام‌مند در جهت تشخیص، مدیریت و تسهیم کلیه دارایی‌های فکری شامل پایگاه‌های داده، مستندات، رویه‌ها و سیاست‌ها و تجارب موجود در ذهن افراد.

دانرام^{۲۴}: کاربرد نظام‌مند و هدفمند معیارهایی جهت هدایت و کنترل دارایی‌های دانش ملموس و ناملموس سازمان با هدف استفاده از دانش موجود در داخل و خارج سازمان جهت خلق دانش جدید، ایجاد ارزش، ابداع و بهبود (قاسمی‌نامقی، انصاری‌رنانی، ۱۳۸۸: ۵).

دافی^{۲۵}: مدیریت دانش را به عنوان شناسایی، رشد و کاربرد مؤثر یک دانش اساسی سازمان تعریف می‌کند (دافی، ۱۹۹۹: ۸). از نظر هولم^{۲۶}، مدیریت دانش عبارت است از: به کارگیری اطلاعات درست برای افرادی که نیاز دارند و در زمان موردنیاز، به افراد کمک می‌کند تا دانش را ایجاد و پخش و بر اساس آن عمل کنند (هولم، ۲۰۰۱: ۱۲۳).

سیستم‌های مدیریت دانش

سیستم‌های مدیریت دانش^{۲۷} به استفاده از فن‌آوری نوین اطلاعات (مثل اینترنت، شبکه داخلی، شبکه خارجی، فیلترهای نرم‌افزاری، انبارهای داده)، برای سازماندهی، ارتقاء و تسریع مدیریت دانش درون و برون سازمانی، اشاره دارند (الوی و لیندر، ۱۹۹۹). سیستم‌های مدیریت دانش، در پی آن هستند که با فراهم آوردن امکان دسترسی گسترده به مهارت سرمایه انسانی سازمان، به آن در تطابق با شرایطی نظیر ریزش نیروها، تغییرات سریع و کوچک شدن اندازه سازمان، کمک کنند.

²¹ . Halz et al

²² . Rading

²³ . Jones

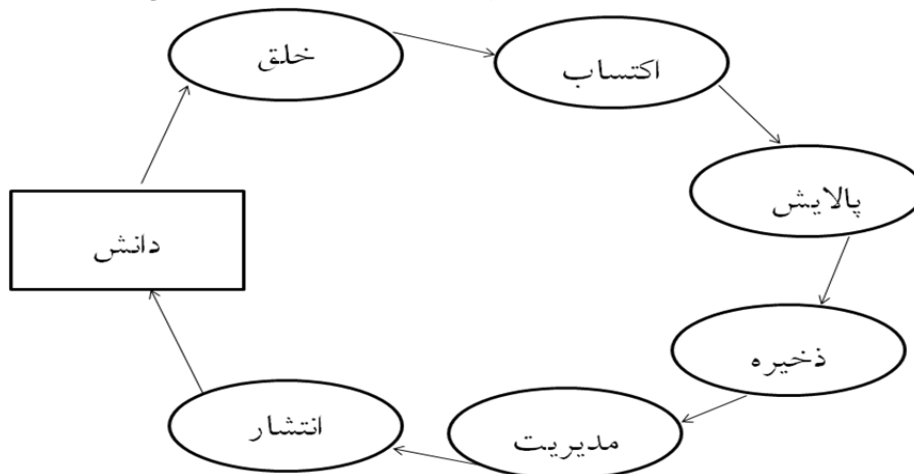
²⁴ . Danrom

²⁵ . Duffy

²⁶ . Holm

²⁷ . Knowledge Management Systems (KMSs)

یک سیستم مدیریت دانش فعال، شش گام را در یک چرخه دنبال می کند شکل (۲). دلیل چرخه مانند بودن سیستم، بهبود پویایی آن در طول زمان است. در یک سیستم مدیریت دانش مناسب، دانش هرگز تمام نمی شود، زیرا با گذشت زمان، محیط تغییر می کند و دانش برای این که این تغییرات را منعکس کند باید به روز شود. چرخه سیستم مدیریت دانش به صورت زیر، عمل می کند: (توربان، ۱۳۸۶: ۶۶۶).



شکل (۲): چرخه سیستم مدیریت دانش (توربان، ۱۳۸۶: ۶۶۹)

۱. **خلق دانش:** دانش هنگامی که افراد، روش های نوین انجام کارها را دریافته یا مهارت جدیدی کسب می نمایند، خلق می شود. گاهی اوقات دانش خارجی، وارد سازمان می شود.
۲. **کسب دانش:** دانش جدید باید ارزشمند تلقی شود و به صورتی معقول، ارائه گردد.
۳. **پالایش دانش:** دانش جدید، باید با شرایط، تطبیق داده شود و بدین ترتیب کاربردی گردد. اینجاست که بینش های انسان (قابلیت های ضمنی) باید در راستای حقایق عینی، به کار گرفته شوند.
۴. **ذخیره دانش:** سپس دانش مفید باید به شکلی منطقی در یک مخزن دانش، به گونه ای ذخیره شود که دیگران نیز در سازمان بتوانند به آن، دسترسی داشته باشند.
۵. **مدیریت دانش:** دانش، مانند یک کتابخانه، باید به روز نگه داشته شود. بررسی های لازم جهت تأیید مرتبط بودن و صحیح بودن آن، باید دائماً انجام شود.
۶. **اشاعه دانش:** دانش باید همیشه و همه جا در قالبی مناسب، برای هر کسی که در سازمان به آن نیاز دارد، قابل دسترس باشد (توربان، ۱۳۸۶: ۶۶۹).

طبقه بندی انواع دانش

طبقه بندی دانش اساس فرایند خلق دانش است. مجزا ساختن انواع متفاوت و در عین حال مهم دانش در مدیریت و کاربرد آن به طور اثر بخش در چارچوب سازمان ضروری و مهم به نظر می رسد. بسیاری از پژوهشگران دانش را به صورت چارچوب دانش مربوط به خودشان طبقه بندی نموده اند. جدول ۳ طبقه بندی دانش را نشان می دهد.

معروف ترین طبقه بندی از دانش، توسط نوناکا و تاکوچی (۱۹۹۵) انجام گرفته است، که این طبقه بندی، مبتنی بر نگرش پولانی (۱۹۶۲) در خصوص دانش می باشد. نوناکا در این طبقه بندی، دو نوع دانش را معرفی می کند که عبارتند از: دانش صریح^{۲۸} (آشکار یا عینی) و دانش ضمنی (نهان یا نهفته) که در زیر به تعریف و تشریح آن ها می پردازیم:

²⁸. Explicit Knowledge

جدول ۳: طبقه بندی انواع دانش. (منبع: لی و چوی، ۲۰۰۲)

نویسنده	طبقه بندی
اندرسون و ای پی کیو سی (۱۹۹۶)	ضمنی ^{۲۹} ، صریح ^{۳۰}
آرتور دی لیتل ^{۳۱} (۱۹۹۸)	ضمنی، صریح
بوک (۲۰۰۱)	عمومی و تحلیلی: الگو، تئوری، مورد، دانش چگونگی نماینده: ضمنی، تلویحی ^{۳۲} ، صریح
دلفی (۱۹۹۸)	ضمنی، صریح
دمارست (۱۹۹۷)	علمی، فلسفی، تجاری
ارنست و یانگ (۱۹۹۸)	ضمنی، صریح
جانگ و لی ^{۳۳} (۱۹۹۸)	وظیفه‌ای، ناحیه‌ای ^{۳۴}
کی پی ام جی (۱۹۹۸)	ضمنی، صریح
لئونارد و بارتون (۱۹۹۵)	علمی، خاص صنعت، خاص شرکت
نوناکا و تاکوچی (۱۹۹۵)	ضمنی، صریح
پان و اسکاربورگ ^{۳۵} (۱۹۹۸)	واقعی، رفتاری
پرابست (۱۹۹۸)	فردی، جمعی
راگل (۱۹۹۷)	فرایندی، کاتالوگ، تجربی
اسکاپل و همکاران ^{۳۶} (۱۹۹۸)	داخلی/خارجی، واقعی/آینده، صریح/تلویحی، تجربی/عقلانی
ویگ ^{۳۷} (۱۹۹۵)	شکل: عمومی، تسهیم تجربه، شخصی انواع: واقعی، مفهومی، پیشبین، روش شناختی

²⁹. Tacit

³⁰. Explicit

³¹. Arthur D. Little

³². Implicit

³³. Jang & Lee

³⁴. Domain

³⁵. Pan & Scarbrough

³⁶. Schuppel & et al.

³⁷. Wiig

و نیز اینطور هم بیان شده به طور معمول دو نوع دانش در سازمانها وجود دارد؛ صریح یا آشکار و دیگری ضمنی یا پنهان؛

دانش صریح، همان دانش رسمی است که داده ها، رویه های سازمانی، نرم افزارها، مأموریتها و نمودار های سازمانی را شامل میشود. این نوع از داده ها به راحتی پردازش و تجزیه و تحلیل، انتقال و در نهایت ذخیره (در پایگاه داده) میشوند. نوع دیگر دانش به این شکل صریح و روشن نیست بلکه ذهنی می باشد. این نوع دانش اهمیت فراوانی در ارائه خدمات دارد. دانش ضمنی سهم زیادی را در ایجاد دانش در سازمانها خدماتی داشته است که منجر به ارائه خدمات نوآورانه برای مشتریان شده که این خود مزیت رقابتی برای این سازمانها را جهت بهبود کیفیت خدمات ایجاد میکند. این دو نوع دانش جدا از هم نبوده و بلکه مکمل هم میباشند اما باید توجه داشت که دانش ضمنی مهمتر و در عین حال ضروری تر می باشد زیرا منجر به رشد افراد در

سازمان می شود. به دلیل نفوذ دانش در علوم متعدد مانند علوم اجتماعی، فلسفه، روانشناسی و... تعریف منحصر به فردی از دانش وجود ندارد (توربان و همکاران، ۲۰۰۵).

مدیریت دانش سیستمی است که منجر به بهبود کیفیت عملکرد سازمانی میشود (کینگ و زیسال، ۲۰۰۳؛ آهن و چانگ، ۲۰۰۴؛ شاری و شانگ، ۲۰۰۸؛ امینیان و همکاران، ۲۰۱۴) البته باید خاطر نشان کنیم که: مدیریت دانش یک مکانیز استراتژیکی می باشد که اساسا در سازمانهایی که رشد ساختارهایشان برایشان مهم است بکار میرود در واقع مدیریت دانش میتواند بسیاری از نیازهای نوآوری در جهت بهبود عملکرد تجاری سازمانها را برطرف کند (وب، ۱۹۹۸؛ اگبو و همکاران، ۱۹۹۹؛ نیزام یوسف و ابوباکر، ۲۰۱۲، امینیان و همکاران، ۲۰۱۴) هم چنین یک مدیریت دانش موثر اجازه می دهد تا دانش بطور صحیح و مناسب بین سازمان و بخش های تجاری و هم چنین عرضه کنندگان تقسیم شود (چوی و همکاران، ۲۰۰۶؛ شاری و شانگ، ۲۰۰۸؛ امینیان، ۲۰۱۴). در تعریفی دیگر تعریف، مدیریت دانش یافتن راهی به منظور خلق، شناسایی، دریافت، اشتراک و تسهیم، و توزیع دانش سازمانی به افراد مورد نیاز در سازمان تعریف شده است (توربان و همکاران، ۲۰۰۵) [۵]. مدیریت دانش، راهبردی است که باید در یک شرکت توسعه داده شود تا افراد به اطلاعات مورد نیازشان دسترسی پیدا کرده، دانش را به اشتراک گذارند و از اطلاعات برای بهبود وظایف سازمانی خود استفاده کنند (ادل و گریسون، ۱۹۹۸؛ داوینپورت و پراسوک، ۱۹۹۸؛ فورکدل و گادامیلاس، ۲۰۰۲) مدیریت دانش تلاش برای کشف داراییهای نهفته در ذهن افراد و تبدیل آن به دارایی سازمان به شکلی که تمام افراد آن را تسهیم کرده و از آن استفاده کنند (داون پورت و همکاران، ۱۹۹۸).

بطور کلی فرآیند مدیریت دانش طبق جدول شماره ۳ می باشد:

جدول شماره ۳: فرآیندهای مدیریت دانش

منابع	فرآیندهای مدیریت دانش
(گلد و همکاران، ۲۰۰۱؛ نیزام یوسف و ابوباکر، ۲۰۱۲)	مدیریت دانش به ۴ مرحله وابسته است: کسب دانش، تبدیل دانش، کاربرد دانش و حفظ دانش می باشد
(چین لوی و همکاران، ۲۰۰۱؛ نیزام یوسف و ابوباکر، ۲۰۱۲)	مدیریت دانش با ۶ چیز سنجیده می شود و آن ها عبارت اند از: خلق دانش، تصرف و ضبط دانش، سازماندهی دانش، ذخیره دانش، توزیع دانش و کاربرد و اجرای دانش
(چن و محمد، ۲۰۰۸؛ نیزام یوسف و ابوباکر، ۲۰۱۲)	۴ بعد را برای مدیریت دانش معرفی می کنند: پاسخگویی به دانش، کسب دانش، توزیع دانش، استفاده از دانش

(لیاو و وو، ۲۰۰۹؛ نیزام یوسف و ابوباکر، ۲۰۱۲)	فرآیند مدیریت دانش شامل کسب دانش، تبدیل دانش و کاربرد دانش می باشد
(امرزل، ۲۰۱۰؛ نیزام یوسف و ابوباکر، ۲۰۱۲)	مدیریت دانش شامل ۴ عنصر: کسب، ذخیره، انتقال، استفاده از دانش و سنجش تاثیر مدیریت دانش می باشد

با وجود روش های متعدد برای سنجش دارایی های ملموس و فیزیکی سازمان، سنجه هایی که بتوان با آن سرمایه های ناملموس ی مانند مدیریت دانش را اندازه گیری کرد، بندرت دیده می شود. در سال های اخیر، تلاش های فراوانی برای اندازه گیری این سرمایه ی ناملموس انجام گرفته است (ادوینسون و مالن، ۱۹۹۷؛ لیوویتز و بکمن، ۱۹۹۸؛ لیوویتز، ۱۹۹۹؛ مالتزنشمبر و ریلی، ۲۰۰۳؛ انگایی و چان، ۲۰۰۵؛ تسنگ، ۲۰۰۸) یکی از جامع ترین تکنیک برای سنجش مدیریت دانش تکنیک ارزیابی مدیریت دانش (KMAT) میباشد که توسط مرکز کیفیت و بهره وری آمریکا (APQC) با ۵ بعد و ۲۴ مولفه طراحی و تدوین شده است که مدیریت دانش را در سازمانها ارزیابی میکند (جاگر، ۱۹۹۹؛ ای پی کیو سی، ۱۹۹۹).

قابلیت های مدیریت دانش

قابلیت مدیریت دانش، توانایی یک شرکت برای استفاده از دانش موجود از طریق یادگیری مستمر برای ایجاد دانش جدید است. و نه تنها به توانایی به دست آوردن دانش و اطلاعات اشاره دارد، بلکه به توانایی سازماندهی حفاظت از دانش و اطلاعات به منظور تشویق کارکنان برای استفاده از این قابلیت به عنوان یک ابزار مؤثر کار می باشد (گلستانی، ۵:۱۳۹۱). به عبارت دیگر، مفهوم قابلیت های مدیریت دانش به عنوان استفاده از دانش درباره مشتریان به منظور افزایش توانایی مشتری مربوط به سازمان است. و تحقیقات اخیر نشان می دهد که قابلیت های مدیریت دانش سازمان به عنوان مهم ترین و مؤثرترین عامل بر مدیریت ارتباط با مشتری شناخته شده است (گلستانی، ۵:۱۳۹۱). به این دلیل مدیریت دانش نقشی تعیین کننده در هنگام اجرای مدیریت ارتباط با مشتری دارد، زیرا شامل تغییر در چشم انداز سازمانی و در نتیجه مقدار زیادی از یادگیری و نوآوری در سازمان است (گلستانی، ۵:۱۳۹۱).

نتیجه گیری

امروزه و در عصر اطلاعات، تسریع تبادل اطلاعات و دانش و روزآمدی آن یکی از نیازهای اساسی سازمانها می باشد. با کمی دقت در روند رشد سازمانها در خواهیم یافت که علت افول و پایان چرخه حیات اکثر سازمانها، روزآمد نبودن دانش و اطلاعات و عدم همگانی با شرایط روز جهانی و از سوی دیگر، مقاومت کارکنان در برابر تغییر، عدم توجه مدیران ارشد، سازمانها به قابلیت های نیروی انسانی جهت کسب و به کارگیری دانش روز و خروج بخش عظیمی از دانش ارزشمند و کاربردی سازمان در اثر بازنشستگی کارکنان با تجربه بوده است. لذا مدیریت آن امری عاقلانه و شایان توجه به نظر می رسد.

در این پژوهش با بررسی موضوع بسیار حساس مدیریت دانش در دنیای رقابتی امروز، سعی بر آن بود که این موضوع با گستره فراوانی روشن شود تا علاقه مندان به مبحث مدیریت دانش، بتوانند کاربرد آن را در حوزه های مختلف صنعتی و اداری و ... بکار گیرند.

منابع

- احمدی، علی اکبر، صالحی، علی، مدیریت دانش، چاپ دوم، مرکز چاپ و انتشارات دانشگاه پیام نور، تیر (۱۳۹۱).
- افرازه، عباس، مدیریت کیفیت اطلاعات جامع در مدیریت دانش. چهارمین کنفرانس مدیران کیفیت (۱۳۸۲).
- توربان، افرایم، فن آوری اطلاعات در مدیریت، ترجمه حمیدرضا ریاحی، جلد دوم، انتشارات دانشگاه پیام نور (۲۰۰۶). صص ۶۶۹-۶۶۶.
- حسن زاده، محمد، ۱۳۸۶؛ مدیریت دانش: مفاهیم و زیرساخته. تهران: نشر تابدار.
- ربیعی، علی، حسینی، میرزاحسن، معالی، مهناز، پیاده سازی مدیریت دانش تجربه ای ارزشمند در شرکت پالایش نفت تهران. فصلنامه مدیریت و منابع انسانی در صنعت نفت، سال سوم، شماره ۷، تابستان (۱۳۸۸). صص ۱۶۸-۱۴۱.
- گلستانی، حسن، بررسی تاثیر مدیریت دانش بر موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری با نقش تعدیل کنندگی عوامل سازمانی. اولین کنفرانس ملی رویکرد نوین در مدیریت کسب و کار (۱۳۹۱). صص ۹-۱.
- Alavi, M. D. Leidner. January (1999). Knowledge management Systems: Emerging Views and Practices from the field, Proceedings of 32nd: an empirical study of Spanish ceramic tile producers”, Research Policy, Vol. 33 No. 5, pp. 829-39.
- Aminiyani, M., Ghorbani, M., Mollatabar, H., Hasanzadeh, M., Neda, A., Toshani, A. (2014). *J. Appl. Environ. Biol. Sci.*, 4(7)6-9.
- Duffy.N. (2009). Benchmarking Knowledge Strategy, In Leveraging Knowledge for Business Performance Knowledge, Action Business School, Johannesburg.
- Holm.J. (2001). Capturing the Spirit of Knowledge Management, Paper Presented at the American Conference of Information Systems, Boston, M.A, August, PP.3-5.
- Nonaka, I, & Takeuchi, H. (1995) The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create The Dynamics Of Innovation. Uk: Oxford University Press.
- Lee, H. & Choi, B. (2003) «Knowledge Management Enablers, Processes, And Organizational Performance: An Integrative View And Empirical Examination», *Journal Of Management Information Systems*, 20 (1), 179-228.
- Turban, E., Leidner, D., McLean E., Wetherbe J. (2005). Information Technology for Management: Transforming Organizations in the Digital Economy: Hardcover.
- O'Dell, C., C. J. Grayson Jr.; “If Only We Knew What We Know: The Transfer of Internal Knowledge and Best Practice”; Free Press, New York; 1998.
- Davenport, T.H., Prusack, L. (1998). Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know”, Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Forcadell, F. J. & Guadamillas, F. (2002). “A case study on the Implementation of a Knowledge Management Strategy.

Global Conference

on

New Horizons in
Humanities, Future Studies
and Empowerment

2016 January 28

- Daven Port., Thomas., Other. (1998). "Successful Knowledge Management Project", Solan Managemant Review.
- NizamYusof, M., Abu Bakar, A.H., (2012). Knowledge management and growth performance in construction companies: a framework; *Social and Behavioral Sciences* 62: 128 – 134.
- Tseng, S.M. (2008). Knowledge management system performance measure index. *Expert Systems with Applications*, 34, 734–745.
- Ngai, E.W.T., & Chan, E.W.C. (2005). Evaluation of knowledge management tools using AHP. *Expert Systems with Applications*, 29(4), 889-899.
- Maltz, A. C., Shenhar, A. J., & Reilly, R. R. (2003). Beyond the balanced scorecard: refining the search for organizational success measures. *Long Range Planning*, 36(2), 187-204.
- Liebowitz, J. (1999). *Knowledge Management Handbook*, CRC Press, Boca Raton, FL.
- Liebowitz, J., Beckman, T. (1998). *Knowledge Organisations: What Every Manager Should Know*, CRC Press, Boca Raton, FL.
- Edvinsson, L.; Malone, M. (1997). "Intellectual Capital"; New York, Harper Business.
- APQC (1999), *Knowledge Management: Consortium Benchmarking Study (Best-practice Report)*, American Productivity & Quality Centre (APQC), Houston, TX.
- Jager, M.D (1999). The KMAT: benchmarking knowledge management. *Library Management*. Vol. 20. No. 7, pp. 367-372.