

مدیریت دانش

مؤلفان:

فرخ قربانی نامور

(مدرس دانشگاه فرهنگیان)

موریس شیخی

(عضو هیات علمی دانشگاه فرهنگیان)

سرشناسه	:	قربانی نامور، فرخ. ۱۳۵۱ -
عنوان و نام پدیدآور	:	مدیریت دانش / فرخ قربانی نامور، موریس شیخی.
مشخصات نشر	:	تیریز: انتشارات پژوهش‌های دانشگاه، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	:	ص. ۱۰۸
شابک	:	۹۷۸-۶۰۰-۸۵۵۵-۱۰۰۰
وضعیت فهرست نویسی	:	قیپا
موضوع	:	مدیریت دانش
موضوع	:	Knowledge management
شماره افزودن	:	شیخی، موریس، ۱۳۴۴ -
شماره افزودن	:	انتشارات پژوهش‌های دانشگاه
رده بندی کنگره	:	۱۳۹۵ ق ۴۴ / HD۲۳۰
رده بندی دیویی	:	۶۵۸/۴۰۳۸
شماره کتابشناسی ما	:	۴۳۳۰۵۵۱

عنوان: مدیریت دانش	مؤلف: فرخ قربانی نامور، موریس شیخی	شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۵۵۵-۱۰۰۰	قیمت: ۱۲۰۰۰۰ ریال
صفحه آرای: علیرضا کاری	طراح روی جلد: علیرضا کاری	نوبت چاپ: اول ۱۳۹۵	تیراژ: ۱۰۰۰ جلد
چاپ و صحافی: مدیران	قطع: وزیری		

انتشارات پژوهش‌های دانشگاه



انتشارات پژوهش‌های دانشگاه
پوهنه دانهشگاه دانهشگاه

مرکز تخصصی چاپ شرکت دانشگاه ویژه اساتید و اعضای هیات علمی دانشگاه‌ها

آدرس دفتر مرکزی: آذربایجان شرقی، تبریز، آبرسان، مجتمع تجاری بلور، روبروی کلانتری، داخل حیاط (ضلع شرقی)، پلاک ۲۹
 آدرس دفتر ارومیه: آذربایجان غربی، ارومیه، خیابان دیانت، نبش خیابان دیانت و حکمت، پلاک ۱۰۳ / ۹۱۴۹۴۶۱۱۴۰
 آدرس دفتر اهر: آذربایجان شرقی، اهر، میدان معلم، روبروی اداره دارایی / ۹۳۰۸۱۴۸۴۸۶
 آدرس دفتر بناب: آذربایجان شرقی، بناب، خیابان امام، روبروی حلال احمر، جنب فروشگاه بسیجیان / ۹۳۵۸۸۳۷۵۹۹
 آدرس دفتر پخش: تهران، خیابان انقلاب، روبروی دانشگاه تهران، پاساژ فروزنده، پلاک ۲۱۷
 مرکز پخش: آذربایجان شرقی، تبریز، خیابان امام، روبروی سه راه طالقانی، انتشارات شایسته / ۴۱-۳۵۵۶۱۹۶۱
 تلفن‌های تماس مدیریت: دکتر قربانی «۰۴۱۳۳۲۶۲۱۱۶ / ۰۹۱۴۶۱۴۳۳۴۶»
 بخش امور فنی: مهندس جهانگیری «۰۴۱۳۳۲۵۰۲۴۸ / ۰۹۱۴۵۰۱۹۸۵»
www.Unpb.org/Info@unpb.org
www.Pajohesh-daneshgah.ir/Info@pajohesh-daneshgah.ir

طبق قانون حمایت از حقوق ناشران و مولفان هر شخص حقیقی و حقوقی که تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه ناشر و مولف، نشر یا عرضه یا تکثیر یا تجدید چاپ نماید مورد پیگیری جدی قانونی خواهد گرفت و مطابق با جرایم قوانین اسلامی برخورد خواهد شد.

فهرست مطالب

۸	پیشگفتار
۹	مقدمه
فصل اول	
۱۱	سیر ظهور و تحول مدیریت دانش
فصل دوم	
۱۵	دانش و مدیریت دانش
۱۶	تعریف دانش
۱۷	دسته بندی دانش
۱۹	انواع دانش
۲۱	تعاریف مدیریت دانش
فصل سوم	
۲۵	مدیریت دانش
۲۵	اجزاء، ابعاد و اهداف
۲۵	عناصر مدیریت دانش عبارتند از:
۲۵	اهداف مدیریت دانش
۲۷	مزایای مدیریت دانش
۲۹	ابعاد مدیریت دانش
۲۹	فرایندهای دانش
فصل چهارم	
۳۱	استراتژی ها و اجرا
۳۱	استراتژی های مدیریت دانش
۳۵	اجرای مدیریت دانش
۳۶	موانع مدیریت دانش در سازمانهای دولتی
۳۸	مزایای مدیریت دانش
فصل پنجم	
۴۱	چرخه و فرایند تبدیل مدیریت دانش
۴۵	فرایند تبدیل دانش

۴۶	فرایندهای مدیریت دانش
۴۶	اکتساب دانش
۴۷	سازماندهی دانش
۵۲	ویژگی سازمان های دانش آفرین
	فصل ششم
۵۵	مدل ها و نگرشها و تئوری های مدیریت دانش
۵۵	مدل نوناکا و تاکه اوجی
۵۷	مطالعات بهات (BHATT)
۵۹	تئوریهای مدیریت دانش
۵۹	تئوری مدیریت دانش جامع (CKMT)
۶۱	تئوری مدیریت دانش تیم (TKMT)
۶۲	تئوری مدیریت دانش جامعه
۶۳	انواع مدل های مدیریت دانش
۶۴	مدل های طبقه بندی دانش
۶۴	مدل نوناکا و تاکوچی
۶۴	جامعه پذیری
۶۵	ترکیب
۶۵	درونی سازی
۶۵	برونی سازی
۶۵	مدل های سرمایه فکری
۶۶	مدل های ساختار اجتماعی
۶۸	مدل انتشار نظام مدیریت دانش
۶۹	مدلهای شبکه ای و مخزنی
۷۰	مدل مفهومی نظام مدیریت دانش (MATE)
۷۰	مدل مرجع مدیریت دانش
۷۲	مدل چرخه حیات مدیریت دانش
۷۲	مدل یکمن
۷۳	مدل پایه های ساختمان مدیریت دانش

فصل هفتم

۷۵	مدیریت دانش در سازمان ها
۷۵	عوامل تاثیر گذاری در تشکیل فرهنگ دانشی
۷۶	آمادگی برای مدیریت دانش
۷۷	موانع و چالش های پیش روی مدیریت دانش
۸۰	عوامل موثر در اجرا و نهادینه کردن مدیریت دانش
۸۳	سازمانهای آموزشی در پرتو مدیریت دانش
۸۵	سازمان یادگیرنده
۸۵	اهمیت دانش در سازمان های آموزشی
۸۶	چالش های مدیریت دانش در سازمانهای آموزشی
۸۸	مدیریت منابع انسانی در سازمان های آموزشی و مدیریت دانش
۹۰	چگونگی اجرای موفقیت آمیز مدیریت دانش در سازمانهای آموزشی

فصل هشتم

۹۱	عوامل حیاتی موفقیت مدیریت دانش
۹۱	مقدمه
۹۱	حمایت مدیریت ارشد و مدیریت دانش
۹۲	وجود زیرساختهای اطلاعاتی
۹۳	ساختارهای سازمانی منعطف و بویا
۹۴	ابعاد ساختاری برای سازمانهای مبتنی بر دانش
۹۵	مخازن دانش
۹۵	اشتراک دانش
۹۵	ایجاد محیط سازمانی ریسک پذیر
۹۶	آموزش به کارکنان
۹۷	فرهنگ سازمانی
۹۸	منابع فارسی
۱۰۴	منابع انگلیسی

پیشگفتار

رشد بی وقفه دانش و تکنولوژی در جهان فرا مدرن و گستردگی دامنه آن، کشورهای در حال توسعه را ملزم به سرمایه گذاری بلند مدت در تربیت و پرورش افرادی شایسته و توانمند نموده است که بنیادهای علمی را قوام بخشد و به ارتقای علمی و تکنولوژیک کشور همت بگذارند.

امروزه یکی از مهمترین و با ارزش ترین سرمایه های هر سازمانی دانش است. تغییرات سریع و رشد روزافزون دانش و اطلاعات، هر سازمانی را برآن می دارد تا برای بقا تمام تلاش خود را در مدیریت دانش به کار بندد؛ لذا سازمان ها در پی شناسایی عوامل زمینه ساز و نیز بستر سازی به منظور ایجاد مدیریت دانش، آمده اند تا به موقع از منابع دانشی خود و محیط پیرامون بهره برداری کنند.

زندگی انسان در هزاره جدید با مفاهیم تازه ای چون دانایی، مدیریت دانش و جامعه معرفتی شکل تازه ای را بر تن کرده است. جوهر آری از دانش جدید و اطلاعات بروز شرط حیات و بقا در این دوره است.

سازمان های آموزش به دلیل آگهی و تقاضای فزاینده به دانش، نیاز به تجارت محوری و دسترسی گسترده به تکنولوژی به عنوان ابزارهای محاسباتی، الکترونیکی با هدف پاسخگویی به این نیازها، به مدیریت دانش توجه می نمایند. موسسات آموزشی در نقش سازمان های دانشی، فعالیت های اصلی خود را معطوف به یادگیری، خلق و نشر دانش می کنند.

مقدمه

در سالهای اخیر، مدیریت دانش به عنوان یکی از جالبترین و چالش برانگیزترین موضوعات مدیریت کسب و کار بوده و دایره کاربرد آن همواره با سایر مباحث عرصه مدیریت، گسترده تر می شود. مدیریت دانش فرایندی است که به سازمانها در شناسایی، انتخاب، سازماندهی، انتشار و انتقال اطلاعات مهم و مهارتهایی که بخشی از سابقه سازمان هستند و عموماً به صورت ساختار نیافته در سازمان وجود دارند، یاری می رساند (افرایم، ۲۰۰۶). از آنجا که مدیریت دانش ریشه هایی در سیستمهای خبره، یادگیری سازمانی و نوآوری دارد، به خودی خود ایده جدیدی نیست.

مدیران همیشه از سرمایه های فکری بهره برده و ارزش آن را تشخیص داده اند. اما این تلاشها، سازمان یافته نبود، رتضه نی وجود نداشت که دانش به دست آمده به طور مناسب، برای حداکثر منافع سازمان، به اشتراک گذاشته شده و توزیع گردد (همان). در حالیکه، دانش و سرمایه فکری پایه و اساس شایستگی های اصلی و نیز راهبردی برای عملکرد بهتر می باشد. دانش در صورتی نقش راهبردی دارد که سازمان بتواند آن را به خفایتهای ارزش آفرینی استفاده نموده و از دانش ابزاری برای عملی ساختن فرصت های موجود در بازار مبتنی بهره برداری کند. زیرا برای شرکت ها دیگر امکان پذیر نیست که با انجام سریعتر و بهتر کارها مزیت رقابتی خود را حفظ کنند، بلکه مزیت رقابتی هنگامی امکان پذیر می شود که کارهایی صورت گیرد قابل تقلید توسط دیگران نباشد. در دستیابی به مزیت رقابتی پایدار، هم توجه به دانش موجود و استفاده مکرر از آن، هم ایجاد ساختاری برای استفاده از دانش نوین اهمیت بسیار دارد. سازمان ها باید به همه امور توجه داشته باشند، زیرا مدیریت دانش همچون یک استراتژی کاری، همزمان، در کل سازمان عمل می کند و اگر پیشرفت برنامه کلی یک سازمان محسوب می شود (حسن بیگی، ۱۶، ۱۳۸۹).

اساسی ترین مشخصه سازمان های هوشمند قرن ۲۱، تاکید بر دانش و اطلاعات است. برخلاف سازمان های گذشته، سازمان های امروزی دارای تکنولوژی پیشرفته بوده و نیازمند تسخیر، مدیریت و بهره برداری از دانش و اطلاعات به منظور بهبود کارایی، مدیریت و پیگیری تغییرات پایان ناپذیر هستند. دانش، ابزار قدرتمندی است که می تواند تغییرات را در جهان بوجود آورده و نوآوری ها را ممکن سازد. نوناکا (۱۹۹۸) در مقاله ای در مجله کسب و کار هاروارد می گوید: «در یک اقتصاد که تنها اطمینان موجود، عدم اطمینان است، تنها منبع مطمئن برای ایجاد مزیت رقابتی پایدار، دانش است». بیلی و کلارک

(۲۰۰۰) مدعی هستند که دانش، مخصوصاً دانش ضمنی کلیدی برای مزیت رقابتی پایدار در آینده است. کروپلی (۱۹۹۸) با اشاره به اینکه (دانش بدون مردم هیچ است)، اهمیت جنبه انسانی مدیریت دانش را نشان می دهد.

داده منتقل می شود، اطلاعات تسهیم می شود، امادانش صفتی از افراد و جوامع است که به سادگی قابل انتقال نیست تویاس (۲۰۰۰) عنوان می کند که دو دارایی بزرگ وجود دارد که سازمان ها صاحب آن هستند: یکی افرادی که در آن سازمان کار می کنند و دیگری دانشی که در ذهن کارکنان سازمان است. بنابراین دانش را باید خلق، ذخیره و به کاربرد که این وظیفه مدیریت دانش است. مدیریت دانش ابزار مهمی است که سازمان ها از طریق آن بهتری می توانند دانش و اطلاعات را مدیریت کنند. برخلاف دیگر تکنیک ها، تعریف مدیریت دانش اغلب آسان نیست زیرا حوزه وسیعی از مفاهیم، وظایف مدیریتی، تکنولوژی ها و اقدامات را با ریشه همراه دارد.

محیط جهانی و پررقابت ارزی، رشد روندهای مدیریتی مانند مدیریت کیفیت تگرا TQM، الگوگیری Benchmarking، مهندسی مجدد Reengineering، ساختار بندی مجدد، کوچک سازی و برون سپاری، برنامه ریزی استراتژیک، یادگیری سازمانی و مدیریت دانش را در برداشته است. در قرن ۲۱ سازمان ها ذاتاً رقابتی، ثابت قدم و پیشگام می باشد. ایجاد مزیت رقابتی استراتژیک نیازمند نوع جدیدی از سازمان ها می باشد که قابلیت ایجاد دانش برای حداکثر، ارزی رقابت و موفقیت استراتژیک را داشته باشد. سازمان ها باید برای ایجاد و کنترل دانش، دارای ساختار، مایی باشند. با این وجود بسیاری از سازمان ها هنوز فعالیت مدیریت دانش را به طور رسمی یا آگاهانه مورد بررسی قرار نداده اند. که احتمالاً علت این بی توجهی این است که اکثر سازمان ها مفهوم مدیریت دانش و اهمیت آن را درک ننموده اند. مدیریت دانش هنوز در حال تعیین چهارچوبی برای خویش است، زیرا ادبیات نظری و تحقیقی در این حوزه کم است. میزان هزینه برای مدیریت دانش در سال ۱۹۹۸ برابر ۷۷۶ میلیون دلار است و این رقم در سال ۲۰۰۳ به ۸ میلیارد دلار رسید. امروزه ثروت جدید سازمان ها مدیریت کیفیت فراگیر، مهندسی مجدد، سرمایه معنوی و اجتماعی است و در قرن ۲۱ سازمان هایی موفق خواهند بود که در حوزه دانش سرآمد باشند (محمدی و همکاران، ۱۳۸۷، ص ۹).

با تشکر

فرخ قربانی نامور

موريس شیخی