

ارزیابی وضعیت مدیریت دانش و ارتباط آن با جایگاه رقابتی شرکت‌های برتر کشور

امیر ذاکری*

سید حسین جلالی**

سید علیرضا متولیان***

چکیده

پژوهش حاضر با هدف ارزیابی وضعیت مدیریت دانش و سنجش ارتباط میان بکارگیری ابزارهای مدیریت دانش با جایگاه رقابتی کسب‌وکار در قالب یک تحقیق پیمایشی و کاربردی انجام شده است. نگرش به مدیریت دانش، استقرار مدیریت دانش در شرکت‌ها، چالش‌های مدیریت دانش و اقدامات و ابزارهای مدیریت دانش، محورهای تشکیل دهنده ارزیابی وضعیت مدیریت دانش هستند که به واسطه طرح هشت فرضیه مورد بررسی قرار گرفته‌اند. جامعه آماری تحقیق شامل شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار در میان صد شرکت برتر ایران می‌باشد و داده‌های تحقیق از طریق پرسشنامه جمع‌آوری شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد علیرغم پذیرش اهمیت و ضرورت مدیریت دانش از سوی شرکت‌های برتر کشور، اجرای هدفمند و منسجم برنامه‌های مدیریت دانش با موفقیت همراه نبوده و این شرکت‌ها از حیث زیرساخت‌های مدیریت دانش، با چالش‌های انسانی، ساختاری و فناوری مواجه‌اند. از سوی دیگر، نتایج حاکی از آن است که بکارگیری ابزارهای مدیریت دانش ارتباط مستقیمی با جایگاه رقابتی شرکت‌ها داشته و پیاده‌سازی این ابزارها می‌تواند بهبود و ارتقای جایگاه رقابتی بنگاه‌های تجاری را به همراه داشته باشد.

* کاندیدای دکتری مهندسی صنایع، دانشکده مهندسی صنایع و سیستم‌های مدیریت، دانشگاه امیرکبیر

** دانشجوی دکتری مدیریت سیاستگذاری بازرگانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران (نویسنده مسئول)

Jalali.Seyedhossein@gmail.com

*** دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، دانشکده مهندسی صنایع، دانشگاه علم و صنعت

واژه‌های کلیدی: مدیریت دانش، ارزیابی مدیریت دانش، چالش‌های مدیریت دانش، صد شرکت برتر ایران.

مقدمه

دانش به سبب ماهیت سیال خود همواره در قالب یک چرخه فزاینده میان منابع مولد، حافظان و فراگیران آن در حال انتقال است. این انتقال دائمی ضمن تکوین دانش موجود منجر به خلق دانش جدید و ایجاد ارزش افزوده می‌شود؛ به همین دلیل ناتوانی در مدیریت این چرخه، ضمن تهدید موجودیت ذخایر دانش در دسترس؛ ظرفیت خلق ارزش افزوده و نهایتاً توسعه پایدار بنگاه را با اختلال روبرو می‌گرداند. برخی پژوهشگران علوم اجتماعی با استناد به کاستی‌های ساختاری موجود، ناکارآمدی در حفظ و بهره‌گیری از ذخایر حاصل از انباشت دانش و تجربه را به عنوان یکی از چالش‌های اساسی در فرایند توسعه و پیشرفت ذکر کرده‌اند (سریع القلم، ۱۳۹۰). محیط اقتصادی و در سطح خرد، بنگاه‌های تجاری به عنوان یکی از بازیگران اصلی فضای کسب‌وکار، از چالش‌های ناشی از مدیریت ناکارآمد دانش مستثنی نمی‌باشند. این چالش‌ها توان ارزش آفرینی بنگاه‌های تجاری و به موازات آن، میزان بهره‌وری در صنایع را با تهدید جدی روبرو می‌سازند و ضمن تضعیف جایگاه صنایع در تولید ملی، امکان رقابت و حضور در بازارهای بین‌المللی را برای بنگاه‌های تجاری بسیار دشوار و دور از دسترس می‌سازند. بنابراین ساماندهی و نظارت بر جریان دانش در سطوح سازمانی؛ که در متون مدیریتی از آن با عنوان مدیریت دانش یاد می‌شود؛ به ضرورتی انکارناپذیر برای بنگاه‌های تجاری تبدیل شده است.

علیرغم توسعه نسبی علوم مدیریتی در کشور، به نظر می‌رسد بخش عمده‌ای از ابزارها و تکنیک‌های نوین مدیریتی همچنان در سطح مفاهیم نظری باقی مانده و مدیران درک روشنی از کاربری این ابزارها در سازمان‌ها و بنگاه‌ها ندارند، مدیریت دانش نیز در میان این دسته از مفاهیم قرار می‌گیرد (رضازاده و همکاران، ۱۳۸۹). آشفتگی بنیان‌های نظری مرتبط با مدیریت دانش در کشور سبب بروز برداشت‌های متعدد و بخشی‌نگر از این مفهوم و روش‌های استقرار اثربخش آن شده است. لذا ارزیابی و آسیب‌شناسی وضعیت بنگاه‌های داخلی در خصوص نگرش و جهت‌گیری مدیران در برابر این مفهوم و رویکرد آنان نسبت به کاربری عملی آن نخستین گامی است که باید از سوی محققان دنبال گردد. از حیث نظری، حجم قابل توجهی از تحقیقات علمی در سالیان اخیر با تمرکز بر مسائل مرتبط با مدیریت دانش انجام شده است. با این وجود، اکثر این مطالعات همچون پژوهش

ریبعی و همکاران (۱۳۸۸) در شهرداری تهران، پژوهش ابزری و همکاران (۱۳۹۰) در صنعت خودرو سازی و پژوهش مدهوشی و نیازی (۱۳۹۰) در نظام آموزش عالی با اتخاذ نگاه بخشی بر چالش‌های پیاده سازی و پیامدهای حاصل از بکارگیری مدیریت دانش در تعداد محدودی از شرکت‌ها و صنایع تمرکز یافته و غالباً از دید کل نگرانه که پیش‌نیاز مطالعات آسیب‌شناسی در حوزه مفاهیم است (ایکاف، ادیسون و کری^۱، ۲۰۱۰)، غفلت شده است. لذا محققان پژوهش حاضر کوشیده‌اند تا با تمرکز بر شرکت‌های برتر کشور، فارغ از نوع و ماهیت صنعت، ارزیابی کلی را از وضعیت مدیریت دانش در قالب یک مطالعه آسیب شناسانه ارائه نمایند تا ضمن رفع نقیصه جزئی نگری در تحقیقات پیشین، نمایی گسترده از وضعیت مدیریت دانش در شرکت‌های ایرانی و ارتباط این مفهوم با جایگاه و توانمندی این شرکت‌ها فراهم آورده شود.

خروجی چنین پژوهشی تبیین روشن وضعیت موجود مدیریت دانش در برترین شرکت‌های کشور و بنیانی برای طراحی یک نقشه راه به منظور تحقق وضعیت مطلوب فراهم خواهد آورد. با توجه بدین امر، پژوهش حاضر پیرامون چهار محور نگرش به مدیریت دانش، سطح استقرار مدیریت دانش، چالش‌های مدیریت دانش و اثربخشی راهکارهای مدیریت دانش به پرسش‌هایی نظیر اینکه آیا بنگاه‌های تجاری برتر کشور به مدیریت دانش نگرش استراتژیک داشته و برای آن اولویت سازمانی قائل هستند؛ و اینکه آیا استقرار مدیریت دانش در این شرکت‌ها روند موفقیت آمیزی را طی می‌کند و مورد حمایت مدیران ارشد قرار دارد؛ پرداخته است و در ادامه تلاش شده است تا پاسخ به سئوالاتی نظیر چالش‌های مدیریت دانش در بنگاه‌های برتر ایرانی و میزان اثربخشی مدیریت دانش در بهبود جایگاه رقابتی بنگاه‌های برتر کشور فراهم آید.

مبانی نظری

یکی از چالش‌های اساسی حوزه مدیریت دانش، پراکندگی تعاریف ارائه شده برای این مفهوم است؛ به طوری که علیرغم اجماع محققان بر منافع ناشی از کاربردهای مدیریت دانش مانند بهبود کیفیت تصمیم‌گیری، ارتقای توان حل مسئله، دستیابی به سطوح بالاتری از بهره‌وری و شناسایی فرصت‌های بازار (گوپتا^۲ و دیگران، ۲۰۰۰؛ شانکار و گوپتا^۳، ۲۰۰۵)؛ به دشواری می‌توان تعریف واحدی را که مورد اجماع محققان باشد، به

1- Ackoff, Addison & Carey

2- Gupta

3- Shankar & Gupta

عنوان مبنای نظری تحقیق در راستای ارزیابی وضعیت استقرار مدیریت دانش در شرکت‌ها برگزید. با این حال تاملی بر تعاریف ارائه شده از مدیریت دانش و مفاهیم کلیدی آن زمینه ساز ورود به مسائل مرتبط با ارزیابی وضعیت استقرار مدیریت دانش و در نتیجه راهگشای دستیابی به چارچوب نظری پژوهش حاضر است. بات^۱ و همکارانش (۲۰۰۵) با رویکرد کارکردی؛ فرایند خلق، اعتبارسنجی، ارائه، نشر و بکارگیری دانش را به عنوان تعریف مدیریت دانش برگزیده اند و این مجموعه کارکردها را در ایجاد و حفظ قابلیت‌های سازمانی موثر می‌دانند. پژوهش ماک^۲ و دیگران (۲۰۰۱) با تمایز میان دانش در سطوح شخصی و سازمانی؛ مدیریت دانش را برای تلاش‌هایی که برای مستندسازی، اندوختن دانش موجود نزد افراد شاغل در سازمان و سپس یکپارچه‌سازی و در دسترس قرار دادن آن برای کلیه افراد حاضر در سازمان صورت می‌پذیرد، بکار گرفته است. آناند و سینگ^۳ (۲۰۱۱) در جمع‌بندی از تعاریف مختلف، مدیریت دانش را با کمک چهار وجه کارکردی عمده شامل خلق و اندوختن، سازماندهی، نشر و در نهایت بکارگیری دانش مفهوم‌سازی نموده‌اند و معتقدند سایر کارکردهای مدیریت دانش قابل تلخیص به عنوان اجزای چهار وجه یادشده می‌باشند. در ادامه تلاش می‌شود با استفاده از یک تحلیل منطقی - کاربردی در ادبیات مدیریت دانش، وجوه اصلی که لازم است در یک ارزیابی کلان از وضعیت مدیریت دانش در محیط کسب و کار مورد توجه قرار گیرد، انتزاع شود.

سیر تکاملی تعاریف ارائه شده از مدیریت دانش و گستره آن بیانگر ارتقای جایگاه مدیریت دانش در حوزه‌های دانشگاهی و کسب و کار می‌باشد. اصولاً نگرش سازمان‌ها به دانش به عنوان یک منبع راهبردی و ایجادکننده مزیت رقابتی پایدار، وجه تمایز سازمان‌های پیش‌رو از سایر سازمان‌هاست (نیکولاس^۴، ۲۰۰۴). اگرچه منابع مالی و تسهیلات فیزیکی به عنوان الزامات اساسی تولید به شمار می‌آیند، اما دانش به مرور زمان از اهمیت بیشتری برخوردار گشته و به عنوان مهمترین منبع تولید (الوانی و شاهقلیان، ۱۳۸۵)؛ پدیدآورنده‌ی شایستگی‌های محوری (ذاکری و همکاران، ۱۳۹۱)؛ مزیت رقابتی (ابزری و همکاران، ۱۳۹۰)؛ و یا بنیان رقابت میان سازمان‌ها (گوپتا و گوین داراجان^۵، ۲۰۰۰)؛ مطرح شده است. لذا نگرش صحیح به دانش و مدیریت دانش از اساسی‌ترین و ابتدایی‌ترین محورهایی است که باید در ارزیابی وضعیت مدیریت دانش در سازمان‌ها مورد توجه قرار

1- Bhatt

2- Mack

3- Anand & Singh

4- Nicolas

5- Gupta & Govindarajan

گیرد.

به دلیل اهمیت فراوان، مدیریت کارآمد دانش به یکی از مهمترین دغدغه‌های سازمانی تبدیل شده است که سازمان را برای رویارویی و پذیرش جنبه‌های مختلف و پویای اقتصاد دانش محور آماده می‌کند (آنانتاتمولا و کانونگا^۱، ۲۰۰۶). مطالعات کارنیرو^۲ (۲۰۰۰)، پرز و دی پابلوس^۳ (۲۰۰۳) و لیو، چن و تسای^۴ (۲۰۰۴) به طور مشخص نشان می‌دهد استقرار مدیریت دانش و مفاهیم و مضامین وابسته بدان تاثیر مستقیمی بر رقابت پذیری شرکت‌ها و بهبود جایگاه نسبی رقابتی آنها دارد. بررسی عملکرد شرکت‌های بزرگ دنیا نشان می‌دهد بسیاری شرکت‌ها در سال‌های اخیر اجرای طرح‌های مدیریت دانش را آغاز نموده و ساختار و بودجه مناسبی نیز برای آن در نظر گرفته‌اند (کی پی ام جی^۵، ۲۰۰۳). همچنین لزوم حمایت از استقرار نظام مدیریت دانش از مهمترین عوامل موفقیت طرح‌های مدیریت دانش است و حمایت فعالانه و متعهدانه مدیران سطوح عالی سازمان در این بین کاملاً برجسته است. بخش عمده‌ای از تحقیقات معطوف به پیاده‌سازی مدیریت دانش با اشاره به نقش تاثیرگذار مدیران سطوح عالی، ناکارآمدی در اجرای برنامه‌های مدیریت دانش را به رهبری نسبت می‌دهند (لین و تسنگ^۶، ۲۰۰۵؛ اسمیت^۷ و همکاران، ۲۰۰۶). اجرای موفق طرح‌های مدیریت دانش و تخصیص مناسب منابع به آنها یکی از چالش‌های اساسی پیش روی کسب و کارها به شمار می‌رود (اولیویرا^۸ و همکاران، ۲۰۱۲)؛ و تنها بخشی از شرکت‌هایی که در پی استقرار مدیریت دانش می‌باشند، به موفقیت قابل قبول می‌رسند (افرازه، ۱۳۸۴). تخصیص منابع و اجرایی شدن طرح‌های مدیریت دانش در سازمان‌ها می‌تواند بیانگر سطح استقرار مدیریت دانش به عنوان یکی دیگر از ابعاد مهم ارزیابی وضعیت مدیریت دانش در این تحقیق باشد.

فارغ از رویکرد استقرار مدیریت دانش، سه دسته مسائل فناورانه، ساختاری و انسانی همواره چالش‌هایی در مسیر پیاده‌سازی نظام مدیریت دانش بوجود می‌آورند (ریبعی و همکاران، ۱۳۸۸). زیرساخت‌های فناورانه بستر لازم برای مدیریت جریان دانش، شبکه‌های نشر و تسهیم دانش، طبقه‌بندی مخازن دانش سازمانی، سازماندهی روندهای کاری، بکارگیری بسته‌های نرم‌افزاری، بهره‌گیری از هوش مصنوعی و ابزارهای رایانه‌ای داده

1- Anantatmula & Kanungo
2- Carneiro
3- Perez & De Pablos
4- Liu, Chen & Tsai
5- KPMG
6- Lin & Tseng
7- Smith
8- Oliveira

کاوی و مانند آن‌ها را شامل می‌شوند (لی و چوی^۱، ۲۰۰۳؛ لین و تسنگ، ۲۰۰۵، اسمیت و همکاران، ۲۰۰۶؛ چانگ و چوانگ^۲، ۲۰۱۱). دو نکته مهم در خصوص مسائل فناورانه از خلال گزارش‌های شرکت‌های مشاوره مدیریت قابل تامل است. نخست روند توسعه بسترهای فناورانه یک روند تکوینی و بر حسب مسائل پدیدآمده در حین استقرار نظام مدیریت دانش است. ثانیاً، به موازات بهره‌گیری از ابزارهای فناورانه، لازم است تا مدیران حساسیت ویژه‌ای نسبت به استقرار این ابزارها به منظور حسابرسی و ارزیابی داخلی وضعیت سازمان از حیث مدیریت دانش از خود نشان دهند (کی‌پی‌ام‌جی، ۲۰۰۳).

در خصوص مسائل انسان‌محور باید توجه داشت که مهمترین چالش در این حوزه به مولفه اعتماد میان افراد شاغل در سازمان از حیث به اشتراک گذاری دانش خود باز می‌گردد (ربیعی و همکاران، ۱۳۸۸) ساختار و فرایندهای سازمانی نیز از دیگر محورهایی هستند که استقرار نظام مدیریت دانش را هم از کانال‌های رسمی و هم غیررسمی تحت تاثیر قرار می‌دهند (لی و چوی، ۲۰۰۳؛ وانگ و اسپین وال^۳، ۲۰۰۴). نتایج پژوهش منوریان و همکاران (۱۳۹۰) نشان می‌دهد در حوزه مسائل مدیریت دانش اکتفا به ابعاد رسمی ساختار مشکلات جدی بوجود می‌آورد و لذا بایستی ابعاد ساختاری عمیق‌تر همچون حرفه‌ای‌گرایی، استفاده از تیم‌ها و شبکه‌های اجتماعی سازمانی را مورد توجه قرار داد. همچنین لزوم در نظر داشتن روش‌های چندگانه و موازی برای انتقال و نشر دانش و بهره‌گیری از ساختار شبکه‌ای و متداخل نیز از جمله مهمترین مسائل ساختاری هستند که در استقرار موفق نظام مدیریت دانش موثر هستند (وانگ، ۲۰۰۵؛ لیاو^۴ و همکاران، ۲۰۱۰). لذا ارزیابی سطح مواجهه سازمان‌ها با چالش‌های مدیریت دانش در سه حوزه فناوری، فرهنگ و ساختار از محورهای مهم در ارزیابی مدیریت دانش است.

انتخاب راه‌حل‌های مدیریت دانشی متناسب با استراتژی مدیریت دانش از میان انبوه ابزارها و راه‌حل‌های موجود، از دیگر مسائل مهم در مسیر استقرار مدیریت دانش می‌باشد. وجود یک بنیان استراتژیک مشخص از جمله مواردی است که به پیاده‌سازی نظام مدیریت دانش در سطوح ملی و بنگاهی جهت می‌دهد (صندوق بین‌المللی توسعه کشاورزی^۵، ۲۰۰۷). بسیاری از محققان به نقش یک استراتژی مدون در پیشبرد اهداف مورد نظر از استقرار نظام مدیریت دانش در سازمان اشاره نموده‌اند (وانگ، ۲۰۰۵؛ وانگ و اسپین وال،

1- Lee & Choi

2- Chang & Chuang

3- Wong & Aspinwall

4- Liao

5- International Fund for Agricultural Development (IFAD)

۲۰۰۵؛ مفدادی^۱، ۲۰۰۹). نتایج تحقیقاتی که توسط شرکت‌های مشاوره مدیریت صورت پذیرفته، نشان می‌دهد تنوع ابزارها و راهکارهای موجود در حوزه مدیریت دانش باعث سردرگمی و ابهام بسیاری سازمان‌ها می‌شود (کی‌پی‌ام‌جی، ۲۰۰۰ و ۲۰۰۳). البته استراتژی مدیریت دانش به مثابه برنامه توسعه گام به گام مدیریت دانش می‌تواند تعیین کننده راهکارهای مورد نیاز سازمان باشد. لذا بکارگیری راهکارها و ابزارهای متنوع مدیریت دانش می‌تواند یکی از ابعاد ارزیابی وضعیت مدیریت دانش در سطح شرکت‌ها باشد. ارزیابی این بعد تحقق یکی از اهداف اصلی این تحقیق که بررسی میزان اثربخشی بکارگیری راهکارهای گوناگون مدیریت دانش توسط شرکت‌های تجاری بزرگ در دستیابی به جایگاه رقابتی بهتر است، را فراهم می‌نماید.

پیشینه پژوهش

در سالان اخیر با توجه به گسترش توجه مدیران به بکارگیری مدیریت دانش و ابزارهای آن در کشور، چندین مطالعه شاخص در خصوص ارزیابی وضعیت موجود مدیریت دانش از سوی محققان داخلی اجرا شده است. ربیعی و همکاران (۱۳۸۸) در یکی از این مطالعات با تمرکز بر بخش‌های عمومی و دولتی، به بررسی وضعیت مدیریت دانش در سطح شهرداری تهران پرداخته و این سازمان را از حیث مولفه‌های ساختار و فرایندهای سازمانی، فناوری، منابع انسانی و رهبری در وضعیت مناسب، و از حیث فرهنگ نامطلوب ارزیابی کرده‌اند. اگرچه حوزه مطالعاتی پژوهش یاد شده به سبب تمرکز بر یکی از بخش‌های دولتی با گستره موضوعی پژوهش حاضر متفاوت است، لیکن سهم بالای بخش دولتی در فهرست صد شرکت برتر (سازمان مدیریت صنعتی، ۱۳۹۱) می‌تواند نتایج این مطالعه را به پژوهش حاضر مرتبط کند. پژوهش عزیزی و همکاران (۱۳۸۸) با رویکرد مقایسه‌ای وضعیت مدیریت دانش را در میان بانک‌های دولتی و خصوصی ارزیابی نموده است. این محققان در گزارش یافته‌های خویش به برتری بانک‌های خصوصی در حوزه فرایندهای مدیریت دانش و فناوری اطلاعات اشاره نموده و به موازات آن به وضعیت همسان بانک‌های خصوصی و دولتی در ساختار، افراد و استراتژی مدیریت دانش اذعان کرده‌اند. پژوهش ابزری و همکاران (۱۳۹۰) در خصوص وضعیت مدیریت دانش در صنعت خودرو، وضعیت موجود و مطلوب این مفهوم را در چهار محور خلق، نگهداری، تسهیم و کاربرد مورد سنجش قرار داده است. یافته‌های این پژوهش بر فاصله زیاد میان

وضعیت موجود و مطلوب خلق و کاربرد دانش در صنعت خودرو اشاره دارد. مقاله مدهوشی و نیازی (۱۳۹۰) نیز مطالعه‌ی دیگری است که در دانشگاه‌ها تعریف شده است. با وجود آنکه دانشگاه‌ها خاستگاه اصلی تولید دانش می‌باشند، یافته‌ها حاکی از وضعیت نامناسب مدیریت دانش از حیث مولفه‌های خلق، تبدیل، اکتساب، ذخیره سازی، توزیع و بکارگیری دانش در ۹ دانشگاه بزرگ کشور است.

در مجموع می‌توان گفت خلا وجود مطالعه‌ای که با دیدی جامع به ارزیابی وضعیت مدیریت دانش در سطح بنگاه‌های تجاری بزرگ کشور پرداخته باشد، کاملاً محسوس است. چنین مطالعه‌ای می‌تواند نگاهی کلان از وضعیت مدیریت دانش در کشور فراهم آورده و از این طریق شناسایی مسائل اصلی را در این حوزه تسهیل نماید. رویکرد صحیح به ارزیابی وضعیت مدیریت دانش در کشور باید با توجه به مدل‌های بلوغ مدیریت دانش تعریف شود. انواع مختلفی از مدل‌های بلوغ در سال‌های گذشته توسعه یافته است و برخی از این مدل‌ها توسط موسسات معتبر مشاوره مدیریت برای ارزیابی و هدایت سازمان‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد (هسیه^۱ و همکاران، ۲۰۰۹). از حیث دیدگاه کلان به مدیریت دانش نیز مطالعات مختلفی از سوی محققان بین‌المللی در سال‌های اخیر صورت پذیرفته است، به عنوان مثال چاول و دپرس^۲ (۲۰۰۲) مطالعات حوزه مدیریت دانش را مورد بررسی و طبقه‌بندی قرار داده و شش بعد کلیدی پوشش دهنده زمینه‌ها، اهداف و ابعاد اصلی مورد بررسی در این تحقیقات را شناسایی کرده‌اند. ابعاد کلیدی مورد نظر شامل وقایع (موانع - توانمندسازها)، اقدام (استراتژی‌ها - اقدامات)، سطح (فردی - فرهنگی)، دانش (شناسایی - ارزشگذاری) فناوری (سخت - نرم) و نتایج (منافع - هزینه‌ها) می‌باشند. همچنین سایر تحقیقات از جمله رابطه مدیریت دانش و رقابت پذیری شرکت‌های تایوانی (لیو، چن و تسای، ۲۰۰۴)، سطح پذیرش مدیریت دانش در شرکت‌های کوچک و متوسط (وانگ و اسپین‌وال، ۲۰۰۵)، جهت‌گیری شرکت‌های مهندسی بخش خصوصی هند در حوزه مدیریت دانش (شارما^۳، ۲۰۱۲) و نیز ارتباطات متقابل میان جهت‌گیری استراتژیک، مدیریت دانش، نوآوری و عملکرد در شرکت‌های آلمانی (پاولوفسکی و اشمیت^۴، ۲۰۱۲) از دیگر نمونه‌هایی می‌باشند که در خارج از کشور به ارزیابی وضعیت مدیریت دانش در گروه خاصی از شرکت‌ها پرداخته‌اند.

1- Hsieh

2- Chauvel & Despres

3- Sharma

4- Pawlowsky & Schmid

چارچوب مفهومی

بر اساس مرور ادبیات انجام شده، برای اجرای یک مطالعه جامع در خصوص وضعیت استقرار مدیریت دانش در شرکت‌های کشور، باید بتوان ارزیابی از چهار محور نگرش، سطح استقرار، چالش‌ها و راهکارها ارائه نمود. در جدول شماره یک حوزه‌های چهارگانه ارزیابی وضعیت مدیریت دانش و ابعاد منتخب در هر حوزه که بر اساس مرور ادبیات استخراج شده، آمده است.

جدول ۱. حوزه‌ها و ابعاد منتخب ارزیابی وضعیت مدیریت دانش

منابع منتخب	ابعاد اصلی تحقیق	حوزه
نیکولاس (۲۰۰۴) گوپتا و گوین داراجان (۲۰۰۰)	اولویت‌سازمانی مدیریت دانش نگاه راهبردی به دانش و مدیریت دانش	نگرش
KPMG (۲۰۰۳)؛ اولیویرا و همکاران (۲۰۱۲) لین و تسنگ (۲۰۰۵)؛ اسمیت و همکاران (۲۰۰۶)	سطح استقرار مدیریت دانش در سازمان حمایت مدیران سازمان از مدیریت دانش	سطح استقرار
ربیعی و همکاران (۱۳۸۸) کی‌بی‌ام‌جی (۲۰۰۳) لی و چوی (۲۰۰۳)؛ وانگ و اسپین‌وال (۲۰۰۴)	چالش‌های فناوری چالش‌های فرهنگی چالش‌های ساختاری	چالش‌ها
وانگ (۲۰۰۵)؛ وانگ و اسپین‌وال (۲۰۰۵)؛ مقدادی (۲۰۰۹)	راهکارهای مدیریت دانشی مورد استفاده	راهکارها

روش شناسی پژوهش

طرح تحقیق

پژوهش حاضر به ارزیابی وضعیت مدیریت دانش در بنگاه‌های تجاری برتر کشور و ارتباط آن با جایگاه رقابتی این شرکت‌ها می‌پردازد. مقصود از بنگاه‌های برتر در این تحقیق، بنگاه‌های بزرگ با بیشترین حجم فروش یا درآمد در سطح کشور و پذیرفته شده در بورس به عنوان یک معیار حضور در بازار رقابتی می‌باشد. از حیث عملیاتی نیز این مفهوم از رتبه‌بندی سالیانه سازمان مدیریت صنعتی از صد شرکت برتر کشور اخذ شده است. چنین بنگاه‌هایی به سبب تنوع متخصصین و حوزه‌های تخصصی و همچنین پراکندگی جغرافیایی و حضور در بازار رقابتی نیاز بیشتری به توسعه مدیریت دانش داشته و علاوه بر آن قادر به تخصیص منابع بیشتری به توسعه مدیریت دانش می‌باشند. بنابراین این

تحقیق از حیث هدف در زمره تحقیقات کاربردی و از حیث روش گردآوری داده‌ها در گونه تحقیقات پیمایشی جای دارد.

همان‌طور که پیش از این اشاره شد؛ مطالعاتی نظیر پژوهش ربیعی و همکاران (۱۳۸۸) در شهرداری تهران، پژوهش ایزری و همکاران (۱۳۹۰) در صنعت خودرو سازی و پژوهش مدهوشی و نیازی (۱۳۹۰) در نظام آموزش عالی که در سالیان اخیر در حوزه مدیریت دانش صورت پذیرفته است، عمدتاً با نگاه بخشی‌نگر به مسئله مدیریت دانش پرداخته و فاقد دید کل‌نگرانه بوده است. به همین دلیل، رویکرد روش شناختی پژوهش حاضر نسبت به مسئله مدیریت دانش، مطالعه‌ای آسیب‌شناسانه است که با در نظر گرفتن مجموعه‌ای از صنایع و شرکت‌های برتر کشور متضمن نگاه کل‌نگر و نگرش جامع و نظام‌مند می‌باشد. بنابراین با توجه به اهداف و حدود این پژوهش، هشت فرضیه در نظر گرفته شده است که فرضیات اول تا هفتم به ارزیابی وضعیت مدیریت دانش در شرکت‌های برتر کشور اختصاص دارند و فرضیه هشتم که بر مبنای نتایج تحقیقات کارنیرو (۲۰۰۰)، پرز و دی‌پابلوس (۲۰۰۳) و لیو، چن و تسای (۲۰۰۴) در خصوص رابطه میان استقرار مدیریت دانش و رقابت‌پذیری تنظیم شده است، به بررسی ارتباط میان بکارگیری ابزارهای مدیریت دانش و رتبه شرکت‌های برتر می‌پردازد:

فرضیه اول: مدیریت دانش در شرکت‌های برتر کشور به عنوان یک اولویت اصلی مطرح است.

فرضیه دوم: مدیریت دانش در شرکت‌های برتر کشور به عنوان یک ابزار استراتژیک مطرح است.

فرضیه سوم: پیاده سازی مدیریت دانش در شرکت‌های برتر ایران در وضعیت مطلوب قرار دارد.

فرضیه چهارم: مدیریت دانش در شرکت‌های برتر کشور مورد حمایت مدیران عالی است. فرضیه پنجم: مدیریت دانش در شرکت‌های برتر کشور با چالش‌های انسانی مواجه است. فرضیه ششم: مدیریت دانش در شرکت‌های برتر کشور با چالش‌های ساختاری مواجه است.

فرضیه هفتم: مدیریت دانش در شرکت‌های برتر کشور با چالش‌های فناورانه مواجه است. فرضیه هشتم: بکارگیری ابزارهای مدیریت دانش ارتباط مستقیمی با رتبه شرکت‌های برتر کشور (در فهرست صد شرکت برتر) دارد.

ابزار تحقیق

با توجه به اتکای پژوهش حاضر بر شواهد تجربی، ابزار پرسشنامه برای گردآوری داده‌ها مورد استفاده قرار گرفت. پرسشنامه پژوهش حاضر با استفاده از پرسشنامه‌های استاندارد مورد استفاده توسط شرکت‌های مشاوره مدیریت معتبر از جمله KPMG جهت ارزیابی وضعیت مدیریت دانش در میان شرکت‌ها طراحی شده است. روایی پرسشنامه با استفاده از نظرات هفت نفر از خبرگان دانشگاهی و مشاوران فعال در حوزه مدیریت دانش مورد تایید قرار گرفت. همچنین به منظور تعدیل پرسشنامه‌های موجود و دستیابی به سطح قابل قبولی از پایایی برای ابزار گردآوری داده؛ ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه محاسبه گردید. با توجه به ضریب آلفای کرونباخ حاصل از پیش آزمون پرسشنامه معادل ۰/۸۳، ابزار پژوهش از سطح قابل قبول پایایی برخوردار است.

جامعه و نمونه آماری

با توجه به اهداف مورد اشاره در بخش طرح تحقیق، بنگاه‌های تجاری بزرگ و رقابتی کشور جامعه آماری مناسبی برای این پژوهش هستند. بدین منظور فهرست صد شرکت برتر ایران در سال ۱۳۹۰ (سازمان مدیریت صنعتی، ۱۳۹۱) که متشکل از شرکت‌های تجاری با بالاترین حجم فروش در کشور است، مبنا قرار گرفته و جهت تاکید بر وجه رقابت‌پذیری، شرکت‌هایی از این فهرست که در بازار بورس اوراق بهادار کشور عضو هستند، به عنوان جامعه آماری پژوهش حاضر در نظر گرفته شد. فهرست صد شرکت برتر کشور بر مبنای ارزیابی صورت‌های مالی شرکت‌ها و با تاکید بر حجم فروش یا درآمد شرکت‌ها بوده و همه ساله با هدف شفاف‌سازی و گسترش رقابت در فضای کسب‌وکار، تبیین جایگاه اقتصادی شرکت‌های داخلی و رتبه‌بندی آن‌ها از نظر میزان تاثیرگذاری در اقتصاد ملی، از سوی سازمان مدیریت صنعتی منتشر می‌گردد؛ از سوی دیگر، بورس اوراق بهادار آئینه اقتصادی کشور و نمادی از رونق یا رکود کسب و کار در سطح کلان می‌باشد و الزامات تعیین شده از سوی سازمان بورس و اوراق بهادار کشور برای پذیرفته شدن بنگاه‌های تجاری در بورس اوراق بهادار می‌تواند گویای اهمیت شرکت‌های پذیرفته شده در اقتصاد ملی باشد.

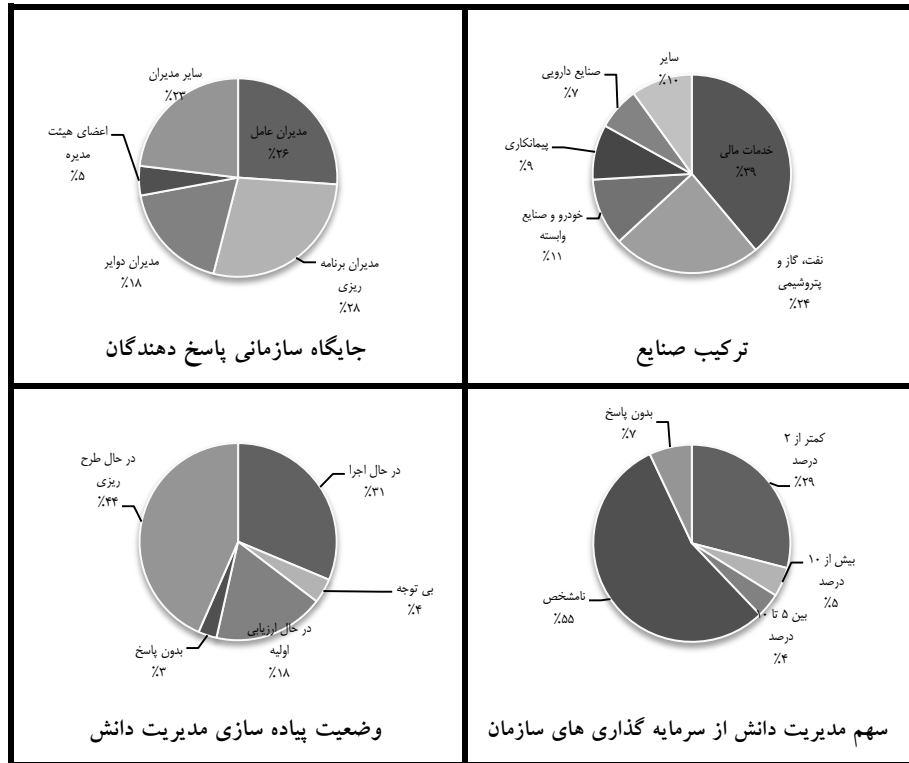
با توجه به الزامات پیش گفته، تعداد شرکت‌های مورد نظر بالغ بر ۵۶ بنگاه در طیف وسیعی از صنایع تولیدی و خدماتی می‌گردد. بدین ترتیب پرسشنامه پژوهش برای گروه

هدف در هر یک از سازمان‌های جامعه آماری که عمدتاً شامل مدیران سطوح عالی، معاونت‌های برنامه‌ریزی، فناوری اطلاعات و منابع انسانی و نیز مشاوران ارشد سازمانی بودند، ارسال گردید. پیگیری برای جمع‌آوری پرسشنامه‌های تکمیل شده در نهایت با همکاری ۳۷ شرکت همراه گردید که نشان دهنده دستیابی به داده‌های مورد نیاز از سطح ۶۶ درصد از جامعه آماری مورد نظر می‌باشد.

یافته‌های پژوهش

ویژگی‌های توصیفی مشارکت‌کنندگان در پژوهش

بیش از ۳۹ درصد از داده‌های گردآوری شده برای پژوهش حاضر برآمده از شرکت‌های فعال در حوزه خدمات مالی شامل بانک، بیمه و نهادهای سرمایه‌گذاری است. همچنین شرکت‌های فعال در بخش نفت، گاز و پتروشیمی با نسبت ۲۴ درصد در میان کل نمونه آماری، از دیگر گروه‌هایی هستند که بیشترین مشارکت را در این طرح پژوهشی داشته‌اند. از حیث جایگاه سازمانی، مدیران ارشد حوزه برنامه‌ریزی و مدیران عامل با نسبت‌های ۲۸ درصد و ۲۶ درصد بیشترین گروه پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه را تشکیل می‌دهند. نسبت بالایی از پاسخ‌دهندگان (۵۵ درصد) قادر به ارائه اطلاعات دقیق و مشخص در خصوص میزان بودجه صرف شده برای برنامه‌های مدیریت دانش خود نبوده‌اند. همچنین بررسی داده‌های گردآوری شده نشان می‌دهد ۳۱ درصد از شرکت‌های نمونه آماری در حال حاضر به اجرای طرح‌های مدیریت دانش مبادرت می‌کنند و تنها ۴ درصد از شرکت‌های نمونه آماری نسبت به اجرای طرح‌های مدیریت دانش بی‌توجه می‌باشند، تحلیل توصیفی داده‌ها در شکل شماره ۱ به نمایش درآمده است.



شکل ۱. تحلیل توصیفی داده های گردآوری شده

یافته های اصلی پژوهش

گام نخست تحلیل داده ها بررسی وضعیت توزیع آنها از حیث نرمال بودن یا نبودن به واسطه اجرای آزمون کولموگروف - اسمیرنوف است. با توجه به نتایج این آزمون مشخص شد که توزیع داده ها از توزیع نرمال تبعیت می کند، لذا به منظور بررسی ادعاهای طرح شده در قالب فرضیه های پژوهش از آزمون های پارامتریک استفاده شده است. در میان فرضیات پژوهش، فرضیات اول تا هفتم اختصاص به ارزیابی جایگاه مدیریت دانش در میان شرکت های برتر و فرضیه هشتم اختصاص به بررسی رابطه میان بکارگیری ابزارهای مدیریت دانش و رتبه شرکت ها در طبقه بندی صد شرکت برتر کشور دارد. بدین منظور، برای بررسی فرضیه های اول تا هفتم پژوهش از آزمون میانگین که آزمونی پارامتریک است، استفاده گردید و فرضیه هشتم نیز با بهره گیری از آزمون همبستگی به روش پیرسون مورد تحلیل قرار گرفت. در وهله نخست، نتایج آزمون میانگین برای فرضیات اول تا هفتم

در جدول شماره ۱ مورد اشاره قرار گرفته است، مقادیر حاصله گویای تایید شش فرضیه پژوهش است و در این میان فقط فرضیه سوم پژوهش مورد تایید قرار نگرفت. پذیرش فرضیه دوم پژوهش و به موازات آن عدم پذیرش فرضیه سوم نشان دهنده وجود تفاوت معنادار میان دو فاز برنامه‌ریزی و اجرا در حوزه مدیریت دانش است. پژوهش‌هایی که به بررسی پیاده‌سازی استراتژی پرداخته‌اند، به فاصله زیاد میان طرح تا عمل اشاره کرده‌اند (مظلومی و جلالی، ۱۳۹۱). تفاوت میان نتایج فرضیات دوم و سوم این پژوهش نیز همراستا با نتایج این دسته از تحقیقات، گویای نرخ بالای عدم موفقیت در پیاده‌سازی استراتژی‌های مدیریت دانش، همانند سایر حوزه‌های سازمانی است و لزوم توجه مدیران به شناسایی گلوگاه‌های اجرای استراتژی مدیریت دانش را گوشزد می‌کند.

از سوی دیگر، نتایج آزمون‌های آماری به موازات تایید فرضیه دوم و عدم پذیرش فرضیه سوم، بیانگر حمایت مدیران ارشد سازمانی از مدیریت دانش می‌باشد. حمایت مدیران ارشد از برنامه‌های مدیریت دانش می‌تواند هم در قالب طرح ریزی و تدوین استراتژی و هم در فراهم آوردن بستر مساعدی برای اجرا و پیاده‌سازی آنها صورت پذیرد. داده‌های گردآوری شده از جامعه آماری پژوهش حاضر نشان می‌دهد بیشترین نمود نقش مدیران در پیشبرد طرح‌ها و برنامه‌های مدیریت دانش به تعیین استراتژی‌های مدیریت دانش محدود می‌شود. حصول این نتیجه همراستا با نتیجه سنجش فرضیه دوم مبنی بر اهمیت استراتژیک مدیریت دانش به عنوان یک ابزار در هدایت شرکت‌های برتر ایرانی می‌باشد، اما در عین حال حاکی از غفلت مدیران در آماده‌سازی زمینه اجرای استراتژی‌های مدیریت دانش است. بنابراین می‌توان تعهد مدیران را به طراحی استراتژی‌های مدیریت دانش در سطح مطلوب و تعهد آنان را از حیث اجرا در سطح نامطلوب ارزیابی نمود.

جدول ۲. نتایج آزمون میانگین برای فرضیه‌های اول تا هفتم پژوهش

نتیجه	سطح معنی داری	آماره آزمون	محتوای فرضیه
تایید	۰/۰۰۰	۶/۳۸۰	اولویت اصلی به شمار آمدن مدیریت دانش
تایید	۰/۰۰۰	۷/۲۱۸	ابزار استراتژیک به شمار آمدن مدیریت دانش
عدم تایید	۰/۳۱۱	۰/۹۷۶	مطلوب بودن وضعیت پیاده‌سازی مدیریت دانش
تایید	۰/۰۰۰	۵/۳۳۷	حمایت از مدیریت دانش از سوی مدیران سطوح عالی
تایید	۰/۰۰۰	۶/۴۰۹	مواجهه مدیریت دانش با چالش‌های انسانی
تایید	۰/۰۰۸	۲/۸۰۵	مواجهه مدیریت دانش با چالش‌های ساختاری
تایید	۰/۰۱۱	۲/۶۴۴	مواجهه مدیریت دانش با چالش‌های فناورانه

بررسی تاثیرگذاری چالش‌های سه گانه انسان‌محور، ساختاری و فناورانه در وهله نخست گویای پذیرش فرضیه‌های پنجم الی هفتم پژوهش است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد مهمترین مولفه انسان‌محور از دید پاسخ‌دهندگان جلب حمایت خبرگان سازمانی از برنامه‌های مدیریت دانش است که خاستگاه آن به نگرش "دانش به مثابه قدرت" باز می‌گردد. نگرش خبرگان نسبت به تغییر و تحول ساختار قدرت در اثر پیاده‌سازی برنامه‌های مدیریت دانش که با تضعیف منابع قدرت آنان همراه است مهمترین مانعی است که موجودیت استراتژی مدیریت دانش را در سازمان با تهدید روبرو می‌کند.

پیوند دادن استراتژی‌های مدیریت دانش به فعالیت‌های عملیاتی مهمترین مولفه مورد اشاره پاسخ‌دهندگان از نظر چالش‌های ساختاری است. اشاره به این مولفه موید نتیجه بدست آمده از فرضیه سوم مبنی بر وضعیت نامناسب پیاده‌سازی استراتژی‌های مدیریت دانش است، زیرا پیاده‌سازی استراتژی نیازمند ترجمان استراتژی به برنامه‌های عملیاتی و تلفیق استراتژی با شئون عملیاتی سازمان است. در محور فناورانه نیز بکارگیری سیستم‌های نرم‌افزاری مناسب مهمترین مولفه مورد اشاره پاسخ‌دهندگان می‌باشد. مسائل مبتلا به منابع انسانی در سطح شرکت‌های جامعه آماری مورد بحث موید این پیش فرض است که به نظر می‌رسد چالش‌هایی که خاستگاه انسانی دارند، بیش از مسائل ساختاری و فناورانه سبب نارسایی اقدامات مدیران برای پیاده‌سازی برنامه‌های مدیریت دانش می‌گردند و بنابراین اقدامات و برنامه‌های مدیران نیز بایستی بیشتر ناظر به مدیریت چالش‌های انسانی معطوف گردد.

در میان فرضیات مطرح شده در پژوهش حاضر، فرضیه هشتم به بررسی رابطه میان بکارگیری ابزارهای مدیریت دانش و جایگاه رقابتی شرکت‌های مورد مطالعه اشاره دارد. هدف از طرح این ادعا بررسی میزان تاثیرگذاری برنامه‌های مدیریت دانش بر جایگاه رقابتی بنگاه‌های تجاری از طریق سنجش همبستگی میان میزان بکارگیری برنامه‌های مدیریت دانش با جایگاه نسبی شرکت‌ها در رتبه‌بندی صد شرکت برتر کشور است. بدین منظور از آزمون همبستگی بهره‌گیری شده است. نتایج آزمون همبستگی به روش پیرسون برای رابطه میان دو متغیر مورد نظر در جدول شماره ۳ اشاره شده است.

جدول شماره ۳. نتایج آزمون همبستگی

متغیر وابسته: جایگاه شرکت‌ها در رتبه‌بندی صد شرکت برتر		
متغیر مستقل:	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۵۱۲
بکارگیری ابزارهای مدیریت دانش	سطح معنی داری	۰/۰۰۰

با توجه به ضریب همبستگی معادل ۰/۵۱۲ و حصول سطح معنی داری لازم، رابطه میان بکارگیری ابزارهای مدیریت دانش و جایگاه شرکت‌ها در سطح اطمینان ۹۹٪ مورد پذیرش قرار می‌گیرد و بدین ترتیب فرضیه هشتم پژوهش تایید می‌شود. پذیرش این فرضیه بدین معناست که با بکارگیری ابزارهای مدیریت دانش از سوی مدیران، عملکرد رقابتی شرکت بهبود می‌یابد و این مسئله منجر به ارتقای جایگاه نسبی شرکت‌ها در رتبه‌بندی صد شرکت برتر کشور می‌شود. در عین حال، حصول ضریب همبستگی ۰/۵۱۲ گویای این مسئله است که بکارگیری ابزارهای مدیریت دانش تنها مولفه تاثیرگذار بر جایگاه رقابتی و رتبه شرکت‌های برتر نیست و مدیران برای ارتقای جایگاه رقابتی شرکت‌ها باید ابزارها و راهکارهای دیگری را نیز در نظر داشته باشند.

مباحثه و تحلیل نتایج

پژوهش حاضر نشان می‌دهد اهمیت دانش و مدیریت آن در شرکت‌های بورسی عضو فهرست صد شرکت برتر به خوبی درک شده است. بیش از ۸۲ درصد شرکت‌های مورد بحث به نقش دانش به عنوان مهمترین منبع سازمانی اذعان نموده و یا دانش را از حیث اهمیت با سایر منابع سازمانی در یک رده ارزیابی کرده‌اند. از سوی دیگر ۸۷ درصد از جامعه آماری مدیریت دانش را به عنوان یکی از اولویت‌های اصلی سازمان مورد اشاره قرار داده‌اند و توافق جمعی میان پاسخ‌دهندگان نسبت به تاثیر بهره‌گیری از دانش موجود در دستیابی به فرصت‌های بیشتر کسب و کار وجود دارد. در این میان، سنجش باور سازمان نسبت به اهمیت دانش و مدیریت دانش باید در عرصه عملی صورت پذیرد و برای نیل به این هدف لازم است تا به برآوردی از میزان تلاش سازمان‌ها برای اجرای طرح‌های مدیریت دانش، در راستای نیازهای دانشی منحصر بفرد هر سازمان پرداخت. شواهد به‌دست آمده از تعامل محققان با بنگاه‌های تجاری مورد بحث، نشان می‌دهد عدم رضایتمندی شرکت‌های مذکور از وضعیت ثبت، ذخیره‌سازی و تسهیم دانش در سطح سازمان، منجر به اجرای اقدامات و بکارگیری ابزارهای مدیریت دانش شده است. بیشترین نمود این گزاره را می‌توان در میان موسسات مالی و بانک‌های خصوصی مشاهده نمود. در سوی مقابل، وجود الزامات یا مشوق‌های بالادستی برای اجرای طرح‌های مدیریت دانش در میان شرکت‌های دولتی به محرکی قوی برای توسعه طرح‌های مدیریت دانش تبدیل گردیده است که می‌توان آن را برآمده از رویکرد توسعه از بالا به پایین دانست. این رویکرد در عمل سبب تسریع اجرای طرح‌های مدیریت دانش و نیز سازماندهی منسجم تر

تلاش‌ها در این حوزه شده است؛ اما تا زمانی که این رویکرد بالا به پایین با جلب مشارکت بدنه اصلی سازمان همراه نشود، منافع ماندگاری برای سازمان نخواهد داشت. از حیث استقرار مدیریت دانش، علی‌رغم وجود آگاهی و باور نسبت به اهمیت دانش سازمانی، تاکنون شرکت‌ها در حرکت به سوی برنامه‌های اجرایی هدفمند و منسجم موفقیت چندانی کسب نکرده‌اند (عدم تایید فرضیه سوم تحقیق) و طرح‌های مدیریت دانش در کم‌تر از ۳۱ درصد از سازمان‌ها به اجرا درآمده است. وجود عوامل محیطی مختلف و متنوع که اولویت‌های بالاتری را در تخصیص منابع بر سازمان‌ها تحمیل می‌کند، عامل بسیار مهمی در عدم تخصیص بودجه کافی برای اجرای طرح‌های مدیریت دانش بوده است. در میان اقدامات مدیریت دانشی انجام شده در شرکت‌ها نیز تدوین راهبردهای دانشی و تدوین نقشه‌های دانش سازمانی از جایگاه و توجه مناسبی برخوردار نبوده است، به طوری که طراحی نقشه‌های دانش در ۲۳ درصد از جامعه آماری و تدوین راهبردهای دانشی تنها در ۳۳ درصد از سازمان‌ها مورد توجه قرار گرفته است. این نتایج نشان می‌دهد در وضعیت کنونی کسب‌وکار کشور، بنگاه‌های تجاری اغلب در صدد دستیابی به راهکارهای کوتاه مدت و زودبازده می‌باشند تا ضمن برطرف ساختن نیازهای حیاتی آنها، تاثیر آنی بر عملکرد سازمانی داشته باشد. بدین ترتیب، راهکارهای بلند مدت و اقدامات استراتژیک در اولویت‌های پایین‌تری قرار گرفته و به نسبت با اقبال کمتری همراه شده‌اند. نتایج جایزه جهانی میک^۱ در سال ۱۳۹۱ که در میان ۷۰ سازمان ایرانی اجرا شده است نیز تفاوت زیاد میان وضعیت مدیریت دانش در سازمان‌های شرکت‌کننده با سازمان‌های آسیایی، اروپایی و آمریکای شمالی نشان می‌دهد (شفیعی‌زاده، ۱۳۹۱) که عدم نگرش استراتژیک به موضوع می‌تواند مهمترین دلیل آن باشد.

نگاهی به چالش‌های مدیریت دانش در جامعه آماری نشان می‌دهد، عوامل انسانی بیشترین سهم را نسبت به عوامل ساختاری و فناورانه به خود اختصاص می‌دهند. در این میان می‌توان به مشارکت کارشناسان سازمان در تسهیم دانش که توسط ۶۴ درصد از جامعه آماری پژوهش مورد گزارش قرار گرفته است، به عنوان یکی از اصلی‌ترین معضلات پیش روی مدیریت دانش در بنگاه‌های تجاری ایرانی اشاره نمود. حمایت‌های حرفه‌ای، مالی و مدیریتی متناسب با گستردگی مدیریت دانش و همچنین ایجاد پیوند میان مدیریت دانش با فعالیت‌های روزمره سازمان که هر دو توسط ۵۷ درصد از جامعه آماری گزارش گردیده‌اند، عدم استفاده از دانش و انباشتگی فراوان اطلاعات (۴۹ درصد) و نیز

مدیریت دانش ضمنی افراد و بکارگیری نرم‌افزار مناسب برای مدیریت دانش (۴۵ درصد) از دیگر مسائل مهم مبتلا به مدیریت دانش در بنگاه‌های کشور است. انتخاب اقدامات کوتاه‌مدت و زودبازده را شاید بتوان به‌عنوان علت اصلی بروز مشکلات و چالش در ابعاد انسانی دانست؛ چرا که تغییرات ناشی از اجرای اقدامات مدیریت دانش در سازمان بسیار عمیق و اساسی می‌باشد. این تغییرات که باید در تفکر و عملکرد کارکنان سازمان ایجاد شود، نیازمند اتخاذ استراتژی و برنامه‌ریزی اثربخش برای تغییر است که اغلب به هنگام پیاده‌سازی مدیریت دانش در سازمان‌های کشور مورد غفلت قرار می‌گیرد. رده بندی عوامل موثر در مدیریت دانش که در میان ۳۳ شرکت ایرانی انجام شده است نیز گویای آن است که مسائل انسانی، بیش از چالش‌های ساختاری و فناورانه شرکت‌های ایرانی را مورد تهدید قرار می‌دهد (رضایی^۱ و همکاران، ۲۰۰۹).

اقدامات و راهکارهای مدیریت دانشی چهارمین محور ارزیابی در این پژوهش را تشکیل می‌دهد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد بکارگیری اقدامات و ابزارهای مدیریت دانش ارتباط مستقیمی با جایگاه رقابتی و رتبه نسبی شرکت‌های مورد مطالعه دارد. بدین ترتیب شاید بتوان مهمترین یافته این پژوهش را در تبیین رابطه مذکور به منظور جهت‌دهی به فعالیت مدیران بنگاه‌های تجاری دانست، این نتیجه که همراستا با تحقیقات فراوانی از جمله پژوهش اولیویرا و همکاران (۲۰۱۲) است گویای اثربخشی ابزارهای مدیریت دانش در کسب مزیت رقابتی و در نتیجه دستیابی به جایگاهی متمایز در بازار است که می‌تواند ضمن بهبود فرایندهای داخلی، سازمان را در دستیابی به عملکرد بهتر یاری رساند و نرخ بازده بیشتری را برای سهامداران و سرمایه‌گذاران به ارمغان بیاورد. با این وجود حصول ضریب همبستگی معادل ۰/۵۱۲ نشان می‌دهد بهبود وضعیت مدیریت دانش نمی‌تواند به تنهایی دستیابی به جایگاه برتر را در بازار تضمین نماید و در این خصوص بایستی به نقش دیگر مولفه‌ها نظیر جهت‌گیری استراتژیک، فلسفه سازمانی و یا ساز و کار حاکمیت شرکتی که توان بنگاه‌های تجاری را در دستیابی به سطوح بالاتری از عملکرد تحت تاثیر قرار می‌دهد، توجه نمود. تحلیل داده‌ها در خصوص رابطه میان مدیریت دانش و جایگاه شرکت‌های جامعه آماری مورد بحث نشان می‌دهد بهره‌گیری از نقشه دانش سازمانی، تدوین استراتژی دانش، و مدیریت دانش مشتریان سه حوزه‌ای است که می‌تواند به عنوان اولویت برای سازمان‌ها و بنگاه‌های تجاری مطرح باشد و به عنوان ابزاری برای ارتقای جایگاه رقابتی در اختیار مدیران قرار گیرد. توجه مدیران به ابزارهایی همچون نقشه دانش و

یا استراتژی دانش گویای آگاهی مدیران نسبت به لزوم اتخاذ رویکردهای بلندمدت نسبت به مدیریت دانش می‌باشد. ضمن این که توجه به اقداماتی مانند مدیریت دانش مشتریان که از جمله حوزه های تکامل یافته تر مدیریت دانش قلمداد شده است (KPMG، ۲۰۰۳)؛ بیان گر تکامل در روند استقرار و بکارگیری طرح های مدیریت دانش در سطح کشور است.

نتیجه گیری و پیشنهادات

پس از گذشت بیش از یک دهه از ورود مفهوم مدیریت دانش به ادبیات سازمانی در سطح کشور، اهمیت این مفهوم از سوی غالب سازمان ها مورد توجه قرار گرفته است. به موازات این آگاهی، تلاش های صورت گرفته در حوزه مدیریت دانش بیشتر جنبه سعی و خطا را داشته است و حرکت تدریجی به سمت بلوغ عملی در سطح سازمان ها و بنگاه های تجاری از صنایع مختلف به تدریج قابل مشاهده است. یا این وجود، عدم همراهی دانشگاه ها و مراکز تحقیقاتی در مدیریت، اصلاح و بهبود این حرکت قابل توجه بوده و کمبود پژوهش های مرتبط با مدیریت دانش، چه از منظر توسعه تئوریک مدیریت دانش و چه از منظر توسعه کاربردی مدیریت دانش، و ارائه راهکارهایی که سازمان ها و صنایع را در بهینه سازی این حرکت راهنمایی گردانند، روند تکاملی مدیریت دانش را در راهبری بنگاه های تجاری در داخل کشور کند کرده است. همراهی مراکز تحقیقاتی و دانشگاه ها در این مسیر، از یک سو سازمان ها و صنایع را در تصمیم گیری بهینه برای انتخاب رویکرد پیاده سازی مدیریت دانش و از سوی دیگر شرکت های مشاوره را در ارائه خدمات مورد نیاز و کاربردی یاری خواهد نمود.

این تحقیق در میان جامعه آماری متشکل از شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار از فهرست صد شرکت برتر کشور انجام شده است، هرچند این گروه از شرکت ها معمولاً نیاز و منابع بیشتری برای پرداختن به مدیریت دانش دارند، با این حال ارزیابی سطح مدیریت دانش در کلیه بنگاه های بزرگ کشور و همچنین بنگاه های متوسط و کوچک بورس اوراق بهادار و یا کسب و کارهای کارآفرینانه و دانش محور کشور می تواند نتایج این تحقیق را تکمیل و دسترسی به نقشه جامعی از وضعیت مدیریت دانش را در اقتصاد داخلی تسهیل کند. همچنین محققان آتی می توانند با در نظر داشتن ساختار کلی این پژوهش، به مطالعات جامع و تطبیقی میان تمامی شرکت های خدماتی یا تولیدی، فارغ از رشته فعالیت پردازند. از سوی دیگر، تکرار چنین تحقیقاتی در حوزه های فعالیت

گوناگون می‌تواند زمینه‌ساز تحلیل سیر تغییرات استقرار مدیریت دانش در کشور باشد، زیرا سیر توسعه مدیریت دانش در دنیا نشان می‌دهد معرفی تجارب موفق در خلق ارزش از مدیریت دانش در قالب مورد کاوی و موردپژوهی در شرکت‌های موفق، نقش بسزایی در فراگیر شدن مفهوم مدیریت دانش دارد.

منابع

- ابزری، م.، شائمی، ع.، طالبی، ه. و عبدالمنافی، س. (۱۳۹۰). بررسی شکاف بین وضعیت موجود و وضعیت مطلوب مدیریت دانش در صنعت خودروی ایران. **فصلنامه مدیریت دولتی**، ۳ (۶)، ۱۹-۳۴.
- افرازه، ع. (۱۳۸۴). **مدیریت دانش، مفاهیم، مدل ها، اندازه گیری و پیاده سازی**. تهران: انتشارات دانشگاه صنعتی امیرکبیر.
- الوانی، س.م. و شاهقلیان، ک. (۱۳۸۵). طراحی الگوی ارزیابی سطح مدیریت دانش در سازمان های صنعتی ایران (پژوهش در صنعت خودرو). **فصلنامه مطالعات مدیریت**، ۵۲، ۱-۱۶.
- ذاکری، ا.، شاهی بیک، آ.، رادمهر، ش.، رضوی، ر. (۱۳۹۱). اندازه گیری سرمایه فکری سازمان با تکیه بر شایستگی های محوری: مطالعه موردی. **چهارمین کنفرانس بین المللی سرمایه فکری، زنجان**.
- ربیعی، ع.، حسینی، م. و خواجهی، ز. (۱۳۸۸). طراحی مدل پیاده سازی نظام مدیریت دانش در سازمان های دولتی (مطالعه موردی شهرداری تهران). **فصلنامه پژوهش های مدیریت عمومی**، ۲ (۶)، ۱۵۹-۱۷۵.
- رضازاده مهریزی، م.ح.، باقرزاده نیری، م.، خلج، م.ر.، پیردل، م.، اخوان، پ. و قاصدی، م.ا. (۱۳۸۹). **ابزارهای مدیریت دانش**. تهران: موسسه فرهنگی هنری پردازش هوشمند علائم.
- سازمان مدیریت صنعتی. (۱۳۹۱). **رتبه بندی صد شرکت برتر**. تهران: انتشارات سازمان مدیریت صنعتی.
- سریع القلم، م. (۱۳۹۰). **عقلانیت و توسعه یافتگی ایران**. تهران: انتشارات فروزان روز.
- شفیعی زاده، م. (۱۳۹۱). ارزیابی جهانی سازمان دانشی برتر (MAKE) و تحلیل بر نتایج حاصل شده از برگزاری نخستین دوره جایزه در ایران، **نشریه تدبیر**، ۲۴۲، ۲۷-۳۲.
- عزیزی، ش.، اسدنژاد، م.، زارع، ع. و حسینی، س.س. (۱۳۸۸). بررسی و مقایسه ابعاد مدیریت دانش بین سازمان های دولتی و خصوصی، **فصلنامه مدیریت فناوری اطلاعات**، ۲ (۴)، ۹۹-۱۱۶.
- مدهوشی، م. و نیازی، ع. (۱۳۹۰). ارزیابی سطح مدیریت دانش در دانشگاه های منتخب. **پژوهشنامه مدیریت تحول**، ۳ (۶)، ۱۱۶-۱۳۷.
- مظلومی، ن. و جلالی، س.ح. (۱۳۹۱). اولویت بندی موانع تاثیرگذار بر پیاده سازی برنامه های استراتژیک در صنعت داروی کشور. **پژوهشنامه مدیریت اجرایی**، ۴ (۷)، ۱۲۵-۱۴۸.
- منوریان، ع.، خیراندیش، م. و عسگری، ن. (۱۳۹۱). توسعه ابعاد ساختاری سازمان در تناسب

با رویکرد مدیریت دانش. فصلنامه مدیریت فناوری اطلاعات، ۳ (۷)، ۱۵۰-۱۳۳.

- Ackoff, R.L., Addison, H.J., & Carey, A. (2010). **Systems Thinking for Curious Managers: With 40 New Management F-Laws**. UK: Triarchy Press Limited.
- Anand, A., & Singh, M.D. (2011). Understanding knowledge management: A literature review. **International Journal of Engineering Science & Technology**, 3(2), 926-939.
- Anantamula, V. & Kanungo, S. (2006). Structuring the underlying relations among the Knowledge Management outcomes. **Journal of Knowledge Management**, 10(4), 25-42.
- Bhatt, G., Gupta, J.N.D. & Kitchens, F. (2005). An exploratory study for groupware use in the knowledge management process. **Journal of Enterprise Information Management**, 18(1), 28-46.
- Carneiro, A. (2000). How does knowledge management influence innovation and competitiveness?. **Journal of Knowledge Management**, 4(2), 87-98.
- Chang, T.C., & Chuang, S.H. (2011). Performance implications of knowledge management processes: Examining the roles of infrastructure capability & business strategy. **Expert Systems with Applications**, 38(5), 6170-6178.
- Chauvel, D., & Despres, C. (2002). A review of survey research in knowledge management. **Journal of Knowledge Management**, 6(3), 207-223.
- De Pablos, P.O. (2002). Knowledge management & organizational learning: Typologies of knowledge strategies in the Spanish manufacturing 1995 to 1999. **Journal of Knowledge Management**, 6(1), 52-55.
- Gupta, A.K., & Govindarajan, V. (2000). Knowledge management social dimension: Nucor Steel Lessons. **Sloan Management Review**, 42(1), 71-81.
- Gupta, B., Iyer, L. & Aronson, J.E. (2000). Knowledge management: A taxonomy, practices & challenges. **Industrial Management & Data Systems**, 100 (1), 17-21.
- Hsieh, P.J., Lin, B., & Lin, C. (2009). The construction & application of knowledge navigator model (KNM™): An evaluation of knowledge management maturity. **Expert Systems with Applications**, 36(2), 4087-4100.
- IFAD. (2007). **Knowledge Management Strategy Report**. International Fund for Agricultural Development, United Nation Organization. Retrieved Online on December 2012, from <http://ifad.org/pub/policy/km/e.pdf>.
- KPMG Consulting. (2000). **Knowledge Management Research Report 2000**, KPMG consulting. Retrieved Online on December 2012, from <http://kpmg.com>.
- KPMG Consulting. (2003). **Insights from KPMG's European Knowledge Management Survey 2002/2003**. KPMG Consulting. Retrieved Online on December 2012, from <http://kpmg.com>.
- Lee, H., & Choi, B. (2003). Knowledge management enablers, processes, & organizational performance: An integrative view & empirical examination. **Journal of Management Information Systems**, 20(1),

179-228.

- Liao, S.H., Chang, W.J., & Wu, C.C. (2010). An integrated model for learning organization with strategic view: Benchmarking in the knowledge intensive industry. **Expert Systems with Applications**, 37(5), 3792-3798.
- Lin, C., & Tseng, S.M. (2005). The implementation gaps for the knowledge management system. **Industrial Management & Data Systems**, 105(2), 208-222.
- Liu, P.L., Chen, W.C., & Tsai, C.H. (2004). An empirical study on the correlation between knowledge management capability and competitiveness in Taiwan's industries. **Technovation**, 24(12), 971-977.
- Mack, R., Ravin, Y., & Byrd, R.J. (2001). Knowledge portals & the emerging digital knowledge workplace. **IBM Systems Journal**, 40(4), 925-955.
- Migdadi, M. (2009). Knowledge management enablers & outcomes in the small & medium sized enterprises. **Industrial Management & Data Systems**, 109(6), 840-858.
- Nicolas, R. (2004). Knowledge management impacts on decision making process. **Journal of Knowledge Management**, 8(1), 20-31.
- Oliveira, M., Caldeira, M., & Batista Romão, M.J. (2012). Knowledge management implementation: an evolutionary process in organizations. **Knowledge & Process Management**, 19(1), 17-26.
- Pawłowsky, P., & Schmid, S. (2012). Interrelations between strategic orientation, knowledge management, innovation & performance: Empirical findings from a national survey in Germany. **International Journal of Knowledge Management Studies**, 5 (1/2), 185-209.
- Perez, J.R., & De Pablos, P.O. (2003). Knowledge management and organizational competitiveness: A framework for human capital analysis. **Journal of Knowledge Management**, 7(3), 82-91.
- Rezaie, K., Byat, M., & Nazari Shirkouh, S. (2009). Evaluating Effective Factors of Implementing Knowledge Management Based on FAHP Method. **Proceeding of Third Asia International Conference on Modelling & Simulation, Indonesia**. Pp. 398-403.
- Shankar, R. & Gupta, A. (2005). Framework for knowledge management implementation. **Knowledge & Process Management**, 12(4), 259-277.
- Sharma, V., (2012). A perceptual study on KM orientation in Indian private engineering institutions. **International Journal of Educational Management**, 26(3), 234-251.
- Smith, H.A., McKeen, J.D., & Singh, S. (2006). Making knowledge work: five principles for action-oriented knowledge management. **Knowledge Management Research & Practice**, 4(2), 116-124.
- Wong, K.Y., & Aspinwall E. (2004). Knowledge management implementation frameworks: A review. **Knowledge & Process Management**, 11(2), 93-104.
- Wong, K.Y. (2005). Critical success factors for implementing knowledge management in small & medium enterprises. **Industrial Management & Data Systems**, 105(3), 261-279.
- Wong, K.Y., & Aspinwall, E. (2005). An empirical study of the important factors for knowledge management adoption in the SME sector. **Journal of Knowledge Management**, 9(3), 64-82.