

مدیریت استراتژیک دانش:

در جستجوی یک مدل سازمانی بر اساس دانش

چکیده

این مقاله نتایج و گزاره های تحقیقات مدیریتی دانش سازمانی را در بین سال های 2001 – 2007 مورد بحث قرار می دهد. این تحقیقات، هدف منحصر به فردی از بررسی و تجزیه و تحلیل فرآیندهای موثر "مدیریت دانش" (KM) در سازمان در سطح جهانی دارد. هدف اصلی، بررسی و تجزیه و تحلیل مفاهیم، انگیزه ها، شیوه ها، معیارها و نتایج فرآیند های مدیریت دانش است که در صنایع مختلف اجرا شده است. اولین مجموعه از مطالعات شامل 20 مورد مرتبط در جهان است و اساس برای یک چارچوب نظری است. این پیشنهاد تئوری پس از آن برای اثبات در یک مطالعه کیفی با سه سازمان بزرگ در فهرست برنامه های سازمانی برزیل قرار داده شد. نتایج حاصل از این مطالعه کیفی نگاشت و سوالات برای تحقیقات جدید در مورد اجرای یک استراتژی مدل سازمانی مبتنی بر دانش را معتبر ساخت.

کلید واژه ها: مدیریت دانش، مدیریت اطلاعات، مدل های سازمانی، استراتژی های سازمانی

معرفی

بحث، درباره ی مدیریت دانش (KM) و همچنین به طور عمده در مورد انتشارات اخیر و کارهای تحقیقاتی از نویسندگان اصلی از حوزه کتابداری و علم اطلاعات مانند داونپورت و کرونین (2000) است. آنها نشان می دهند که:

(...) هر چند توجه علمی و حرفه‌ای در دهه‌ی گذشته قابل توجه است، اما مفهوم هنوز پایدار است: واژه در حوزه‌هایی با هر ادعا که نشان دهنده‌ی فهم جزئی با بیان قطعی از این مفهوم است متفاوت مورد استفاده قرار می‌گیرد. (داونپورت و کرونین، 2000)

ما در نظر داریم در این مقاله در مورد مفهوم KM نه تنها در منابع موجود، بلکه از مشاهدات سازمان در سطح جهانی که فرآیندهای KM را با هدف بحث علمی در حوزه اجرا می‌کنند، بحث کنیم. در نتیجه یک نگاشت یکپارچه می‌تواند بیشتر در موضوع بحث مورد استفاده قرار گیرد.

مدیریت دانش (KM): از جنبه‌ی معنایی به مفهومی

آن رانش معنایی یا یک تغییر مفهومی - is: استعمال خود منی است؟ داونپورت و کرونین (2000) مفهوم KM را در سه زمینه‌ی متعهد به کاوش KM مورد بررسی قرار دادند، (1) کتابداری و اطلاع رسانی (KM1) - مدیریت اطلاعات و یا KM با نام دیگری)، (2) مهندسی فرآیند (2KM) - فرآیند کاری، هستی‌شناسی، مدیریت دانش " دانستن - چگونه " و (3) تئوری سازمانی (KM - 3) - از دانش به عنوان یک منبع به دانش به عنوان یک قابلیت. ضمنی و تبدیل دانش صریح؛ زمینه، فضای سازمانی برای دانش). هدف از پیشنهاد آن‌ها چهارچوب KM تایی نام دارد که یک ابزار و یا ابزار تجزیه و تحلیل مناسب برای کاوش در تنش‌های موجود در سازمان‌های متعهد به KM است که ممکن است به وجود بیاید، که در آن حوزه‌های مختلف درک متفاوتی از "KM Triad" دارند که می‌تواند برای شناسایی درگیری و یا مبارزات ارضی و کمک برای درک جمعی از تمام عکس‌العمل‌ها در فضای KM در سازمان‌ها مورد استفاده قرار گیرد. نتیجه‌گیری نشان می‌دهد که در شرایط تکاملی، یک جابه‌جایی عمده از مدیریت اطلاعات (KM1) به اطلاعات (KM2) پس از آن به اطلاعات (KM3) وجود دارد. مدیریت دانش مدیریت اطلاعات نیست. مدیریت اطلاعات تنها یکی از اجزای مدیریت دانش است و همچنین شامل موضوعاتی در ایجاد و استفاده از دانش در درون و در سراسر مرزهای سازمانی است.

مدیریت دانش استراتژیک: مدل‌ها، نقشه‌ها و محاکمه مفهومی

آلوارنجا نتو (2005) یک گزاره‌ی نقشه برداری مفهومی یکپارچه KM ارائه داده است. چارچوب تئوری او براساس سه مفهوم زیر بود: (1) یک مفهوم استراتژیک از اطلاعات و دانش - ارائه شده توسط چو (1998) - عوامل رقابت برای سازمان‌ها و ملت؛ (2) ایجاد یک فضای سازمانی (در سطح عمل) برای دانش، که قادر می‌سازد شرایط مطلوبی توسط سازمان برای استفاده از بهترین اطلاعات و دانش موجود ارائه شود ارائه شده توسط فون کروگ، آچیگو و نوناکا (2001); (3) معرفی چنین استراتژی در سطح عملیاتی از طریق چند روش مدیریتی و ابزارهای فناوری اطلاعات انجام می‌گیرد که مستعد ابتلا به ارتباطات و ارکستراسیون است، که در اینجا به عنوان یک "KM umbrella" نامیده می‌شود. این مفاهیم در زیر بحث خواهد شد.

(1) یک مفهوم استراتژیک برای اطلاعات و دانش در سازمان‌ها

چو (1998) ادعا کرد که شناخت سازمان‌ها، زمینه‌ی کاری کسانی است که از اطلاعات استراتژیک در سه حوزه استفاده می‌کند، یعنی، (1) ساخت حس، (2) ساخت دانش و (3) تصمیم‌گیری است. در مورد (1) ساخت حس، هدف اصلی، اجازه دادن به اعضای سازمان جهت ساخت و ساز متقابل و اشتراک درک از آنچه سازمان دارد و آنچه انجام می‌دهد. بازتاب استراتژیک باید ماموریت‌های مربوط به، چشم‌انداز، ارزش‌ها و فرهنگ سازمان را انجام دهد، و به اعضای آن «اجازه دهد تا به زندگی و شغل خود معنا دهند. چشم‌انداز بلند پروازانه و چالش برانگیز و یا حالتی از آینده نشان‌دهنده‌ی قصد سازمان است و به شدت برای کمک به برقراری ارتباط با نوعی از دانش که نوظهور است با ارزش است. هدف بلند مدت ساخت حس، تحت وارانته‌ی است که سازمان‌ها وفق خواهند داد و به رونق در یک محیط پویا و پیچیده از طریق فعالیت‌ها از چشم‌انداز و تفسیر اطلاعات مربوطه ادامه خواهند داد که به درک تغییرات، روند و حالات در مورد مشتریان، تامین‌کنندگان، رقبا و دیگر بازیگران خارجی محیط زیست منجر خواهد شد. مسائل روبه‌روی سازمان مانند کاهش نامشخص و مدیریت ابهام است. رقابت، رقیب، هوش اجتماعی، پویا، محیط زیست، تحقیقات و فعالیت‌های بازاریابی با طرح‌های سازمانی در ساخت معانی در مورد مسائلی که برای آن‌ها هیچ پاسخ روشنی وجود ندارد یکسان هستند. جدول شماره 1 روند ساخت حس سازمانی از دیدگاه اطلاعات را نشان می‌دهد:

جدول 1: مراحل ایجاد حس (مطابق با چو، 1998)

Information Needs	Information Seeking	Information Use
What are the new trends in our industry?	Environmental scanning	Reduction of uncertainty and management of ambiguity: collective interpretation
What are the core competences of our competitors?	Information systems	Shared knowledge construction
What do our clients value?	Researches	Decision Making

(2) ساخت دانش یک فرآیند است که اجازه می‌دهد یک سازمان، مدیریت و پردازش اطلاعات را به منظور تولید دانش جدید از طریق یادگیری سازمانی انجام دهد. دانش جدید تولید شده، به نوبه خود، اجازه می‌دهد تا سازمان به توسعه‌ی توانایی‌ها و قابلیت‌های جدید، ایجاد محصولات جدید، خدمات جدید، بهبود خدمات موجود و طراحی مجدد فرآیندهای سازمانی دست یابد. جدول 2 یک قیاس کلی بین مدل‌های ساخت دانش و استنتاج بین تفاوت و شباهت را نشان می‌دهد.

جدول 2: مراحل ساخت دانش (چو، 1998، صفحه‌ی 130)

Knowledge Processes (Wikström & Normann 1994)	Knowledge Creation Phases (Nonaka & Takeuchi 1995)	Knowledge-Building Activities (Leonard-Barton 1995)
Generative Processes: Generating new knowledge	Sharing tacit knowledge	Shared problem solving Experimenting and prototyping
	Creating concepts	
Productive Processes: operationalizing new knowledge	Justifying concepts Building an archetype	Implementing and integrating new processes and tools
Representative Processes: Diffusing and transferring new knowledge	Cross-levelling knowledge	Importing knowledge

سومین بخش از مدل چو (1998) شامل (ج) تصمیم‌گیری است. شرکت باید بهترین را در میان کسانی که محتمل و ارائه شده است و به دنبال آن در استراتژی سازمان است انتخاب کند. فرآیند تصمیم‌گیری در سازمان توسط اصل عقلانیت محدود، همانند ارائه شده توسط مارس و سیمون (1975) ساخته می‌شود. بسیاری از استنباط‌ها بر مبنای تئوری تصمیم‌گیری است، چو (1998) و همچنین مارس و سیمون (1975) لیست تعدادی از آنها را بیان کرده‌اند:

(1) فرآیند تصمیم‌گیری بر مبنای هدایت جستجو برای جایگزین‌هایی است که علی‌رغم تلاش برای راه حل بهینه به اندازه کافی رضایت بخش و یا خوب است؛ (2) انتخاب یکی از گزینه‌ها تنها به معنی منصرف شدن در ظهور

تجارت و یا هزینه های فرصت است؛ (3) تصمیم کاملاً عقلانی به اطلاعاتی فراتر از قابلیت نیاز سازمان که جمع‌آوری می‌کند و پردازش اطلاعات فراتر از ظرفیت انسان برای اجرا نیاز دارد.

2) ایجاد یک فضای سازمانی برای دانش، فعال کردن زمینه یا "BA"

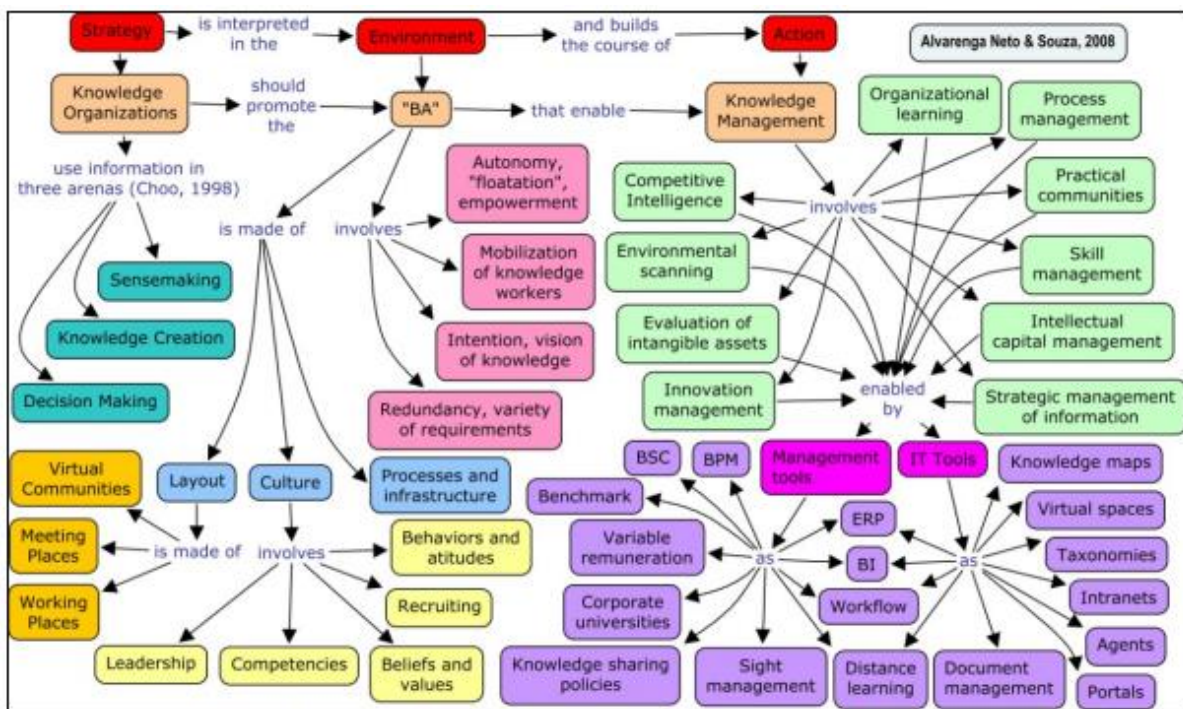
ایجاد دانش سازمانی، در واقع، تقویت دانش ایجاد شده توسط افراد است، پس از آن که شرایط متنی برآورده و یا توسط این سازمان فعال شد. این چیزی است که ون کروگ، آچیگو و نوناکا (2001) "BA" نامیدند، که شرایط و یا زمینه را توانا می‌سازد. "BA" در سطح تاکتیکی به‌منظور پر کردن شکاف موجود بین استراتژی و عمل مورد نیاز است. در این زمینه، درک درستی از کلمه‌ی "مدیریت" هنگامی که با کلمه "دانش" همراه می‌شود نباید به معنی کنترل باشد، اما هم معنی ارتقای فعالیت های خلق دانش و به اشتراک‌گذاری در فضای سازمانی است. از این رو، KM یک چشم‌انداز جدید هرمنوتیکی از دانش به عنوان یک منبع به دانش به عنوان یک قابلیت، از مدیریت دانش به مدیریت نسبت به دانش فرض می‌کند. نوناکا و تاکوچی (1995) و فون کروگ، آچیگو و نوناکا (2001) بسیاری از عناصر "BA" را لیست کردند که عبارتند از: هرج و مرج خلاق، افزونگی، طرح، فرهنگ سازمانی و رفتار انسان، رهبری، هدف یا چشم‌انداز آینده و توانمند سازی، ذکر ساختار سازمانی و طرح، در میان دیگران است.

3) استعاره "KM Umbrella"

در گذشته، استعاره "KM Umbrella" فرض می‌شود که زیر مرزهای خود، بسیاری از تم‌ها، ایده‌ها، روش‌های مدیریتی و ابزار IT مربوط به اطلاعات و دانش در زمینه سازمانی و حساس به آن بوده است. ضروری است تا تعدادی از آنها را مشخص کنیم، از جمله، مدیریت اطلاعات استراتژیک، سرمایه فکری، یادگیری سازمانی، هوش رقابتی و جوامع در عمل. این دقیقاً نفوذپذیری بین این تم‌ها است که حدود چارچوب نظری را مدیریت دانش می‌سازد. بازخورد ملاحظه شده از طبقه‌بندی موضوعات KM-umbrella در مدل پیشنهادی توسط چو در سال (1998) به دست آمده است. هوش رقابتی و پویای زیست محیطی از ابتکارات است روش و ابزار مدیریتی IT که حس مفهوم استراتژیک در ساخت عمل را تحریک می‌کند. ساخت حس یک مفهوم استراتژیک است و

به عنوان مثال، هوش رقابتی، رویکرد مدیریتی مبتنی بر عمل، یک راه برای تبدیل استراتژی به عمل با استفاده از حق رویکرد مدیریتی و یا ابزار IT است که می تواند در KM-umbrella پیدا شود. جوامع، مدیریت اطلاعات استراتژیک و یادگیری سازمانی برای موضوع خلق دانش مناسب است.

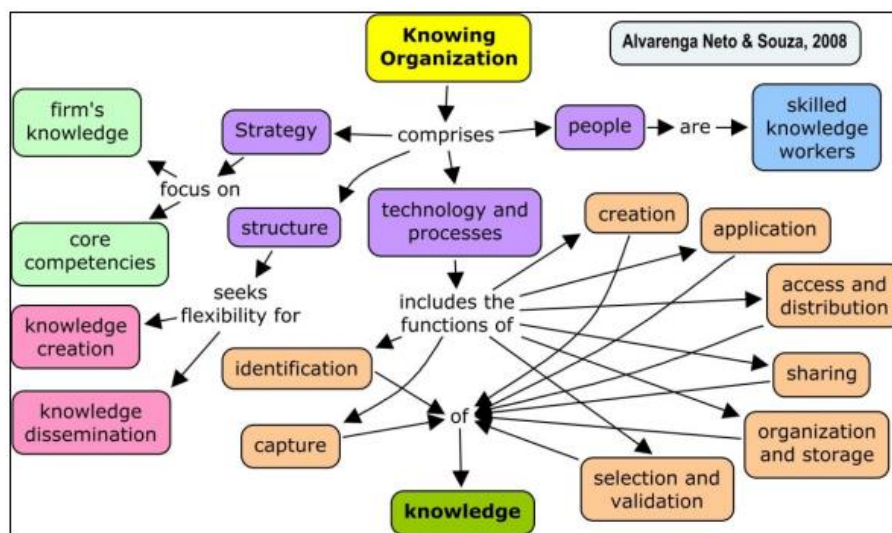
شکل 1 نقشه مفهومی یکپارچه را خلاصه و نشان می دهد. این نقشه یک تکامل از مطالعات نویسندگان (سوزا و آلوارنجا نتو، 2003 و آلوارنجا نتو، 2005) است و هر دو به عنوان یک چارچوب نظری و یک راهنمایی برای تحقیقات میدانی و جمع آوری داده ها استفاده می شود، و سطوح استراتژی (دانش سازمان)، محیط زیست ("BA") و سطح عمل، شامل تمام طرح های سنتی به همراه KM، همراه با ابزار فناوری اطلاعات و روش های مدیریتی، و یا ابزار مدیریتی است. درک مدیریت فرآیند کسب و کار، کارت امتیازی متوازن، بنچمارک، پاداش متغیر، شرکت دانشگاه، به اشتراک گذاری دانش سیاست، مدیریت بینایی، برنامه ریزی منابع سازمانی، هوش کسب و کار، گردش کار، آموزش از راه دور، مدیریت اسناد، پورتال، عوامل، شبکه های داخلی، طبقه بندی و نقشه های دانش توضیح هر یک از این ابزار فراتر از هدف این مقاله است.



شکل 1: KM: پیشنهاد مدل مفهومی یکپارچه

همخوانی با نقشه مفهومی یکپارچه ی فوق، اساس مفهومی به سمت یک مدل مدیریت برای سازمان مبتنی بر دانش یا دانستن سازمان است. نقطه شروع یک معماری سازمانی چهار جانبه است و به شرح زیر است: (1)

استراتژی: تمرکز بر دانش و شایستگی محوری شرکت؛ (2) ساختار: به دنبال انعطاف پذیری برای ایجاد و اشاعه دانش (3) تکنولوژی/ فرآیندها: شامل توابع شناسایی، ضبط، انتخاب و اعتبارسنجی، سازمان و ذخیره‌سازی، به اشتراک‌گذاری، دسترسی و توزیع، نرم افزار و خلق دانش است؛ (4) مردم: کارگران ماهر دانش. آنها ادعا می‌کنند که پیشنهاد آن‌ها از طریق شیوه‌هایی مانند یادگیری سازمانی، فکری انجام مدیریت سرمایه و هوش رقابتی، در میان دیگران است. شکل 2 خلاصه معماری سازمانی چهارجانبه از دانش سازمانی را نشان می‌دهد:



شکل 2: معماری چهار جانبه‌ی سازمانی برای " دانستن سازمان "

شکل 1 و شکل 2 چند نکته مشترک دارند که مورد بررسی قرار گرفته است. در بخش بعدی، قبل از ارائه نتایج، روش تحقیق توضیح داده شده است.

روش

دو مجموعه از مطالعات در یک چشم انداز طولی (2001-2007) ارائه شده است. این تحقیقات طولی هدف منحصر به فردی از بررسی و تجزیه و تحلیل فرآیندهای موثر مدیریت دانش (KM) در اجرای سطح جهانی سازمان را دارند. هدف اصلی، بررسی و تجزیه و تحلیل مفاهیم، انگیزه‌ها، شیوه، سنجش و نتایج حاصل از اجرای فرآیندهای KM در صنایع مختلف است. اولین مجموعه از مطالعات شامل 20 مورد جهانی مربوط به گذشته و به‌عنوان چارچوب نظری تحت عنوان "ارائه‌ی نقشه مفهومی یکپارچه KM" بود. این پیشنهاد نظری پس از آن برای اثبات در یک مطالعه کیفی با سه سازمان بزرگ در چارچوب سازمانی برزیل قرار داده شد. به منظور اثبات و تست نقشه

مفهومی یکپارچه KM، مطالعات موردی در سه سازمان بزرگ برزیل انجام شد. مدل تحلیلی در پنج دسته‌ی تحلیل به عنوان دستورالعمل تحقیقات میدانی تقسیم بندی شد. یک تبدیل سینوسی در انتخاب سازمان‌ها حقیقتی بود که در حال حاضر آنها باید KM را برای اجرا داشته باشند و برای این موضوع، سه سازمان هر یک متعلق به یکی از سه بخش اقتصاد انتخاب شدند، (CTC) Centro Tecnologia Canavieira، Siemens do Brasil and Pricewaterhouse و (PwC) Coopers. استفاده از استراتژی پژوهش کیفی، مطالعه موارد متعددی با واحد گنجانده شده از معیارهای تجزیه و تحلیل بود و سه قضاوت از کیفیت پژوهش پروژه: معتبر از ساختار، اعتبار خارجی و قابلیت اطمینان مشاهده شد. منابع زیادی از شواهد مورد استفاده قرار گرفت - مصاحبه‌ی نیمه ساخت یافته، اسناد تحقیقات و مشاهده مستقیم و پیشنهاد مایلز و هوبرمن (1984) به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ی جمع‌آوری شده در این زمینه تصویب شده است. پیشنهاد آن‌ها متشکل از سه جریان فعالیت بود: کاهش داده، نمایش داده و نتیجه‌گیری طراحی/ تأیید. زمینه تحقیقات در شهرستانها (1) پیرکیکبا، SP، (2) سائو پائولو، SP و (3) بلو هوریزونته، MG در 19 ماه مارس، 2005 تا 12 آوریل، 2005 است. در مجموع 17 مصاحبه، انجام شد که منجر به 35 ساعت ضبط صدا و 533 صفحه از رونوشت است. بنا به مستند پژوهش، حدود 1600 صفحه با کاهش 12 درصدی مورد بررسی قرار گرفت. چهار دوره‌ی کاهش داده تا زمانی که داده‌ها بتوانند در کار نهایی گنجانده شوند لازم بود و نمایش هشت کاهش تولید شده بر اساس دسته‌بندی‌های تحلیلی ایجاد شد. نتایج در بخش بعدی ارائه خواهد شد.

نتایج

در اینجا دو مجموعه از مطالعات بود اولین مجموعه 20 مورد جهانی KM مربوط به گذشته بود و دومی پژوهش مورد مطالعه در سه سازمان بزرگ در چارچوب سازمانی برزیل بود. هر دو در پایین ارائه خواهد شد:

(1) اولین مجموعه از مطالعات: 20 مورد جهانی مربوط به KM در گذشته است

آلوارنجا نتو (2002) یک مطالعه بر اساس 20 مورد جهانی مربوط به KM در گذشته‌ی کسب و کار انجام داد. منابع برای مطالعه‌ی او شامل مجلات (مانند CIO و مجلات داروین) بود، پایگاه‌داده‌ی عمومی در دسترس بر روی شبکه جهانی وب (مانند Webcom) و پایگاه داده‌ی دانشگاه (مانند دانشگاه تگزاس) بود. مدل تجزیه و تحلیل

او با متغیرهای متعدد دیگری درگیر بود، اما یکی از اصول اصلی حول پیشنهاد چو در (1998) برای سه عرصه‌ی استفاده استراتژیک از اطلاعات در سازمان‌ها بود: sensemaking، خلق دانش و تصمیم‌گیری. نتایج نشان داده است که تاکید اصلی از 20 مورد در عرصه‌ی خلق دانش و با تعهد به مدیریت اطلاعات بود. در میان لیستی از شیوه‌های با حد و مرز مشخصی در پژوهش، شیوه‌هایی مانند هوش رقابتی و جوامع عمل، یادگیری سازمانی، مدیریت سرمایه‌های فکری و چند نفر دیگر پیدا شد. یافته‌های مطالعه پایه و اساس پیشنهاد نمایش داده شده در شکل 1 است و دومین مجموعه از مطالعات انجام شد.

(ب) دومین مجموعه از مطالعات: مطالعات موردی در سه سازمان بزرگ در داخل زمینه سازمانی برزیل بر اساس چارچوب نظری که به‌عنوان نتیجه‌ی اولین مجموعه از مطالعات طراحی شده است، هدف اصلی از دومین مجموعه از مطالعات بررسی و تجزیه و تحلیل مفاهیم، انگیزه‌ها، شیوه‌ها و نتایج KM در سه سازمان بزرگ برزیل است. مدل تحلیلی در چهار دسته بنا به تحقیقات میدانی تقسیم شده بود، یعنی: (1) دلایل و یا انگیزه‌های که منجر به مدیریت دانش سازمان می‌شود؛ (2) تعریف پایدار و یا درک درستی از KM یا / و مفاهیم دانش؛ (3) جنبه‌ها، روش‌های مدیریتی و ابزار تحت نظارت KM، برنامه یا پروژه ("KM Conceptual Umbrella") (4) نتایج اصلی مربوط یا تولید شده توسط مدیریت دانش. نتایج به‌دست آمده در خطوط زیر ارائه شده است.

(a) دلیل اصلی و یا انگیزه برای پذیرش مدیریت دانش در سازمان از این مطالعه مربوط به جنبه‌های زیر است:

- عدم وجود مناسب حفاظت و به اشتراک‌گذاری اطلاعات و دانش، هدایت کردن سازمان به اختراع تلاش ثابت و مستمر.

- مشکلات با داده‌ها / جمع‌آوری اطلاعات، درمان، سازمان و انتشار، نشانه‌ی عدم وجود مدیریت اطلاعات استراتژیک است؛

- شناخت این که هر دوی اطلاعات و دانش از عوامل اصلی در رقابت مدرن هستند؛
- نیاز به ایجاد یک فضای سازمانی برای دانش، همچنین شناخته شده با نام "BA"، در برابر نیاز به آدرس‌های فرهنگی و مسائل رفتاری.

(2) تعاریف سازمانی برای KM

یک عدم توافق، نگرانی نسبت به تعریف برای KM در سازمان‌های این مطالعه به وجود آورده است. با این وجود، چند اصطلاح در پاسخ مصاحبه شوندگان مشترک بودند (تجزیه و تحلیل محتوا)، مانند، فرآیند، اطلاعات، دانش، نوآوری، تبدیل دانش صریح ضمنی، ثبت‌نام، فرهنگ سازمانی، دسترسی و استفاده.

3) روش‌های مدیریتی و ابزار تحت "KM Umbrella"

گام بعدی به بررسی بخشی از مدل ارائه شده به نام KM umbrella بود. پس، از مصاحبه شوندگان خواسته شد تا پاسخی به این سوال دهند که کدام جنبه، روش مدیریتی و ابزار، تحت نظارت برنامه KM و یا پروژه در سازمان مربوطه در نظر گرفته شده است. در اینجا خلاصه‌ای جامع از این پاسخ آورده‌ایم: (الف) پویای محیطی، هوش رقابتی، تحقیقات بازار، (ب) مدیریت استراتژیک اطلاعات، مدیریت اسناد الکترونیکی، نقشه برداری فرآیند، (ج) مدیریت سرمایه‌های فکری، شایستگی‌ها و مدیریت مردم، دارایی‌ها مشهود، (د) جوامع در عمل واقعی و مجازی، (ه) یادگیری سازمانی، از جمله یادگیری الکترونیکی، (و) پشتیبانی تصمیم‌گیری و (ز) ایجاد توانایی موقعیت یا "Ba".

از مصاحبه شوندگان همچنین در مورد تاکید و یا اولویت جنبه‌های دانش KM در سازمان پرسیده شد. تجزیه و تحلیل داده که نقطه شروعی برای مدیریت دانش، مدیریت اطلاعات استراتژیک، بود به مرحله فهم، با آگاهی از روند دائمی دست یافت. اساس این مطالعه، قرار دادن تلاش‌ها در پیشرفت جنبه‌های مربوط به اشتراک‌گذاری، فرهنگ سازمانی و ایجاد "Ba" و یا توانمندسازی شرایط است. ضرورت آن برای برجسته کردن طرح‌های موجود بسیاری است که واقعاً طرح‌های برزیل هستند که واقعا برای نشان دادن "Ba" شبیه "Cultural Moment" در CTC ساخته شده‌اند.

4) نمایش نتایج مدیریت دانش (KM)

در گذشته، نتایج اصلی مربوط به یا تولید شده توسط KM بود که توسط مصاحبه شوندگان نامزد دریافت جایزه شده بود: (1) کاهش چرخه‌ی نوآوری و راه‌حل سریع زمان به بازار؛ (2) سهم بازار و افزایش نمونه کارها (3) تسهیل تخصص و محل مردم (4) ایجاد یک حافظه‌ی سازمانی و مخزن (5) افزایش در یادگیری ظرفیت و (6) توانایی پیش‌بینی اقدامات و حرکات.

نتیجه‌گیری

هدف اصلی این مقاله بحث در مورد مفهوم مدیریت دانش و تحقق این هدف، براساس پژوهش‌ها در تحقیقات گذشته و همچنین در نتایج و براساس گزاره‌های انجام مطالعات مدیریت دانش سازمانی در بین سال‌های 2001 تا 2007 بود. جدای از پیشنهاد یک راه حل قطعی و یا یک مدل غیر قابل نفوذ، امیدوار است که برای درک بهتر از این زمینه، مرزهای خود، حوزه و اتصالات کمک کند. مدل یکپارچه‌ی KM/ نقشه، با شروع از مدل پیشنهاد شده توسط چو (1998)، مربوط به "Ba" یا گزاره شرایط توسط فون کروگ، آچیگو و نوناکا (2001)، علاوه بر چندین روش و ابزار مدیریتی شکل گرفته است. این سه ایده‌ی به هم پیوسته برای ساخت و ساز از یک چارچوب نظری به عنوان نقطه شروع می‌باشد. نتیجه‌ی دیگر این کار، آزمایش مفهومی چارچوب یکپارچه‌ی KM از طریق بحث و تجزیه و تحلیل در کار تحقیقاتی برزیل درسه سازمان در سطح جهانی متعهد به دانش است.

هر دوی پیش فرض‌ها و چارچوب نظری در کارهای گذشته ارائه شده و مورد بررسی قرار گرفته است (شکل 1). این چارچوب استراتژیک و سطوح عملیاتی از سازمان‌ها در مدیریت دانش ادغام شده است، به عنوان مثال: مفهوم استراتژیک "sense making" با استفاده از روش مدیریتی و یا ابزار در عمل مانند هوش رقابتی، تحقیقات بازار و یا پویست محیطی استفاده می‌شود؛ مفهوم استراتژیک "ساخت دانش" با استفاده از روش مدیریتی و یا ابزاری مانند مدیریت اطلاعات استراتژیک، سرمایه‌ی فکری و اجتماعی از عمل‌ها در میان دیگران استفاده می‌شود. از میان استراتژی برای عمل، "Ba" برای پر کردن شکاف ایجاد شده برای خلاقیت، نوآوری، توانمندسازی و هرج و مرج خلاق، در میان دیگران مورد نیاز است. جالب است که روش‌های مدیریتی و ابزارها در "KM Umbrella" "Metaphoe" به هم متصل هستند: مدیریت اطلاعات استراتژیک نقطه شروعی است که می‌تواند منجر به مدیریت استراتژیک سرمایه فکری، سازمانی از جوامع در عمل، راه‌اندازی حافظه‌ی سازمانی با یادگیری سازمانی و غیره شود.

نتایج مشخص کرد که چالش‌های اصلی پیش روی سازمان‌های متعهد به KM، تمرکز بر تغییر مدیریت، مسائل فرهنگی و رفتاری و ایجاد زمینه، استفاده و به اشتراک‌گذاری اطلاعات و دانش دارد.

نتایج نشان می‌دهد که KM، به معنای واقعی کلمه، یک ترکیب متناقض، شاید چیزی غیر ممکن است، اما نامگذاری دور از پوشش بسیاری از رویکردها، فرآیندها، تکنیک و برنامه‌هایی است که این نام را دریافت کرده‌اند. دانش به

عنوان چنین چیزی نمی‌تواند مدیریت شود، به همین دلیل فقط ترویج و یا تحریک از طریق ایجاد یک زمینه مطلوب سازمانی کار درستی است. شواهد کیفی قوی از یک تغییر عمده در زمینه‌ی این سازمان در این مطالعه قرار دارد: از "مدیریت دانش" به "مدیریت Ba".

به عنوان یک نتیجه از این مقاله، سوالات جدیدی در جهت تحریک اجرای یک استراتژی مدل سازمانی مبتنی بر دانش وجود دارد. آیا آن یک مدل خالص بر اساس گزاره قبلی است؟ اگر یکی از ترکیبات خالص اصلی است؟ سوال دیگر این است که مدیریت دانش چگونه در یکپارچه سازی گذاره‌های مفهومی و معماری سازمانی پیشنهادی به عنوان یک مدل برای سازمان مبتنی بر دانش می‌تواند به یک مدل از تجزیه و تحلیل برای تحقیقات آتی تجزیه شود.

REFERENCES

- ALVARENGA NETO, R.(2005). Gestão do conhecimento em organizações: proposta de mapeamento conceitual integrativo [Knowledge management in organizations: an integrative conceptual mapping proposition] Tese [Doctoral thesis in Information Science]. Belo Horizonte: PPGCI, Escola de Ciência da Informação da UFMG.
- ALVARENGA NETO, R.(2002). Gestão da Informação e do Conhecimento nas Organizações: análise de casos relatados em organizações públicas e privadas [Information and knowledge management in organizations: analysis of related cases in public and private organizations] Mestrado em Ciência da Informação [Masters in Information Science]. Belo Horizonte: PPGCI, Escola de Ciência da Informação da UFMG.
- CHOO, C. (1998). The Knowing Organization: How Organizations Use Information for Construct Meaning, Create Knowledge and Make Decisions. New York: Oxford Press.
- DAVENPORT, E. & CRONIN, B. (2000) Knowledge management: semantic drift or conceptual shift? Journal of Education for Library and Information Science, 41(4): 294- 306.
- MARCH, J. & SIMON, H. (1975). Limites cognitivos da racionalidade [Cognitive limits of rationality]. In: Teoria das organizações [Organizational Theory]. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas.
- MILES, M. & HUBERMAN, A. (1984). Qualitative data analysis: a sourcebook of new methods. Newbury Park, California: Sage Publications.
- NONAKA, I. & TAKEUCHI, H. (1995). The Knowledge-creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation. New York: Oxford University Press.
- SOUZA, R. R.; ALVARENGA NETO, R. C. D. (2003) A construção do conceito de gestão do conhecimento: práticas organizacionais, garantias literárias e o fenômeno social [Building the concept of knowledge management: organizational practices, literary warranties and the social phenomenon]. In: KNOWLEDGE MANAGEMENT BRASIL, nov 2003, São Paulo. Anais. São Paulo, 2003. CD ROM.
- VON KROGH, G., ICHIJO, K. & NONAKA, I. (2001). Facilitando a criação de conhecimento [Enabling Knowledge Creation]. Rio de Janeiro: Campus.