

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مدیریت
دانش سازمانی
و کسب مزیت رقابتی



-
- سرشناسه : باقری، محمود، ۱۳۵۴ -
عنوان و نام پدیدآور : مدیریت دانش سازمانی و کسب مزیت رقابتی / محمود باقری؛ ویراستار سعید طاووسی.
مشخصات نشر : شیراز: گنج علم، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری : ۱۱۱ ص.: مصور، جدول.
شابک : ۱۹۰۰۰۰ ریال 3-24-6085-622-978 :
وضعیت فهرست : فیا
نویسی
یادداشت : کتابنامه: ص. [۱۰۳] - ۱۱۱.
موضوع : مدیریت دانش
موضوع : Knowledge management
موضوع : رقابت
موضوع : Competition
رده بندی کنگره : HD/۳۰/۱۳۹۷۲/۴م۲ب/
رده بندی دیویی : ۴۰۳۸/۶۵۸
شماره کتابشناسی : ۵۲۲۲۴۸۱
ملی
-

مدیریت دانش سازمانی و کسب مزیت رقابتی

محمود باقری



نام کتاب: مدیریت دانش سازمانی و کسب مزیت رقابتی
ناشر: گنج علم
چاپ اول: بهار ۱۳۹۷
ویراستار: سعید طاووسی
صفحه آرا: گلنوش بروسان
طراح جلد: مریم مظفری
شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۰۸۵-۲۴-۳
ISBN: 978-622-6085-24-3
قیمت: ۱۹۰۰۰ تومان

آدرس: شیراز- پارامونت، ابتدای خ قصر دشت، کوچه ۱، پلاک ۱

انتشارات گنج علم

تلفن: ۰۷۱۳۲۳۰۴۰۱۷

آدرس سایت: www.gpub.ir

ایمیل: Ganjelpub@gmail.com

«کلیه ی حقوق چاپ و نشر محفوظ و متعلق به ناشر است.»

این اثر، مشمول قانون حمایت مولفان و مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ است. هر کسی تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه مولف (ناشر) نشر یا پخش و عرضه کند، مورد پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت.

فهرست فصول و مندرجات آنها

۱	مقدمه
	فصل اول
۱۱	دانش و دانش آفرینی
۱۱	مفهوم دانش
۱۲	پیوستار دانش
۱۵	تعاریف دانش
۱۷	انواع دانش
۱۹	رابطه دانش آشکار و دانش ضمنی
۲۱	دانش سازمانی
۲۲	دانش آفرینی
	فصل دوم
۳۳	مدیریت دانش و کارکردهای آن
۳۳	مفهوم مدیریت دانش
۳۴	سیر تطور و تحول مدیریت دانش
۳۶	تعاریف مدیریت دانش
۳۷	فرآیندها و فعالیت‌های کلیدی مدیریت دانش
۴۱	اهداف و کارکردهای مدیریت دانش
۴۴	مزایای مدیریت دانش
۴۷	اصول مدیریت دانش
۴۸	زنجیره دانش و کاربرد آن در مدیریت دانش
۴۹	مدیریت دانش و سرمایه فکری
۵۱	مدیریت دانش و انگیزش
۵۳	مدیریت دانش و یادگیری سازمانی
۵۵	مدیریت دانش و مشارکت کارکنان
۵۵	مدیریت دانش و فرهنگ سازمانی
۵۷	مدیریت دانش و رهبری سازمانی
۶۰	مدیریت دانش و فناوری اطلاعات
۶۲	مدیریت دانش و خلاقیت و نوآوری

۶۳	مدیریت دانش و حافظه سازمانی
۶۵	مراحل پیاده‌سازی و استقرار مدیریت دانش در سازمان
۷۰	موانع استقرار مدیریت دانش در سازمان

فصل سوم

۷۳	مزیت رقابتی و رویکردهای آن
۷۳	مزیت رقابتی
۷۳	مفهوم مزیت رقابتی
۷۵	تعاریف مزیت رقابتی
۷۶	انواع مزیت رقابتی
۸۱	عوامل تعیین‌کننده و مؤثر در کسب مزیت رقابتی
۸۳	مدل نیروهای رقابتی پورتر
۸۵	خاستگاه‌های مزیت رقابتی
۸۶	استراتژی‌های مزیت رقابتی
۸۸	راهکارهای کسب مزیت رقابتی

فصل چهارم

۹۳	رابطه مدیریت دانش سازمانی و کسب مزیت رقابتی
۱۰۳	منابع و مآخذ

دانش حتی اگر در ثیاب نرین باشد

مردمانی از پارس

آن را فراموش خواهند گرفت.

پیامبر اسلام (ص)

مقدمه

دانش از دیرباز مورد توجه و تأکید بشر بوده است و در طول تاریخ، انسان همواره در حال دانش اندوزی بوده است. از طرفی با گذشت زمان، اهمیت روزافزون دانش بشری نمایان گشته است و امروزه بیش از پیش به آن پرداخته می‌شود؛ به گونه‌ای که امروزه دانش، منبع قدرتمند رشد اقتصادی محسوب می‌گردد. دانش، اطلاعات ساخت یافته و سازمان یافته‌ای است که به مرور زمان در ذهن بشر جای گرفته و دارایی او محسوب می‌گردد.

امروزه دانش، به عنوان اسلحه‌ای پر قدرت و راهبردی در کسب و کار و به عنوان مهمترین دارایی سازمان‌ها مورد توجه قرار گرفته است و جایگزینی برای آن یافت نمی‌شود؛ به گونه‌ای که بقا و موفقیت سازمان‌ها در گرو خلق، کسب، انتقال و بهره‌برداری مناسب و موثر از آن می‌باشد.

دانش نقش بسزایی در رشد و تعالی سازمان‌ها داشته و قادر است تحول عظیم و شگرفی در دنیای کسب و کار ایجاد نماید؛ به گونه‌ای که موجب تسریع در نیل به اهداف سازمانی شده و به ارتقاء کارایی و اثربخشی و افزایش بهره‌وری و در نهایت کسب مزیت رقابتی سازمان منجر می‌گردد.

از این رو سازمان‌های امروزی جهت موفقیت در عرصه رقابت جهانی و کسب مزیت رقابتی در مقایسه با رقبای ناچارند تا دانش سازمانی را هم مدیریت نمایند و هم به‌طور شایسته و مداوم دانش‌آفرینی نمایند. مدیریت دانش، فرآیندی است که به‌طور منظم، مداوم و مؤثر، دارائی‌ها و سرمایه‌های فکری و ذهنی کارکنان را به دارایی و سرمایه سازمانی تبدیل می‌نماید و همواره آنرا توسعه و گسترش می‌دهد تا درنهایت به کسب مزیت رقابتی منجر گردد. بنابراین مدیریت صحیح، مناسب و مؤثر دانش سازمانی، سازمان را قادر خواهد ساخت تا شایستگی‌های محوری خود را ارتقاء بخشد و دانش مورد نیاز را در زمان مناسب، در اختیار افراد مناسب قرار دهد و از طریق این روش سامانمند و نظام‌مند، یادگیری سازمانی را ارتقاء دهد.

از طرفی دانش‌آفرینی، فرآیند خلق دانش جدید است که سازمان‌ها و شرکت‌ها بایستی هم‌زمان با مدیریت دانش سازمانی، به آن پردازند چراکه مدیریت دانش، عنصر حیاتی خود را از خلق دانش و دانش‌آفرینی کسب می‌نماید و همواره ضرورت دارد در سازمان‌ها، امکان دانش‌آفرینی فراهم گردد. مزیت رقابتی نیز از جمله مؤلفه‌هایی است که به حفظ و بقا سازمان‌ها در عرصه رقابت مرتبط می‌باشد و هر سازمانی می‌کوشد تا از طریق اتخاذ فرآیندها و استراتژی‌های رقابت‌پذیری، بهتر از دیگر رقبای عمل نماید و از آن‌ها پیشی بگیرد و به سود بیشتری نائل گردد.

از طرفی چون مفهوم مزیت رقابتی، ارتباط مستقیم با ارزش‌های موردنظر مشتریان دارد، لذا سازمان‌ها بایستی با استفاده از قابلیت‌های شبکه‌ای و هوشمندی رقابتی و همچنین از طریق تلفیق کارآمد منابع سازمانی و محیطی، تلاش نمایند ارزش‌های عرضه‌شده سازمان، به ارزش‌های موردنظر مشتریان، نزدیک‌تر و بر آن منطبق باشد.

عوامل مختلفی بر کسب مزیت رقابتی سازمان‌ها مؤثر می‌باشد که از دیدگاه بسیاری از محققان و صاحب‌نظران، دانش، عامل کلیدی و تأثیرگذار در دستیابی سازمان‌ها به مزیت رقابتی است. از این رو دانش افراد سازمانی، از مهمترین منابع ارزشمند و غیرقابل تقلید سازمان‌ها تلقی می‌گردد که مدیریت این دانش سازمانی، کلید طلایی موفقیت در عرصه رقابت است و استمرار و تداوم مزیت رقابتی سازمان‌ها نیز منوط و متکی به احصاء، اندازه‌گیری و مدیریت دانش کارکنان و خلق دانش جدید از طریق تبادل، انتقال و نشر دانش در درون سازمان می‌باشد.

امروزه سازمان‌ها، با خروج بخش زیادی از دانش سازمانی مواجه هستند. کارکنان همواره به دلایلی چون انتقال، بازرخید، بازنشستگی، اخراج و... سازمان را ترک می‌کنند، بدون اینکه دانش، تجارب و اندوخته‌های ذهنی آن‌ها که در طول سالیان متمادی در سازمان کسب و اندوخته شده است، درجایی ثبت و مدیریت شده باشد. داوینپورت و پروساک بیان می‌دارند که اگر این امکان وجود نداشته باشد که دانش ظهور یابد، در اذهان باقی می‌ماند (فرایپائولو، ۱۳۸۸: ۸۶).

چالش دیگر سازمان‌ها، عدم تمایل کارکنان به مشارکت و سهیم شدن در توسعه و تقویت دانش سازمانی است. اصولاً کارکنان، به دلایل فردی و سازمانی، تمایل ندارند به سهولت دانش ضمنی و سرمایه‌های فکری خود را در اختیار سازمان و افراد دیگر قرار دهند و به تعبیر دیگر، در اشتراک‌گذاری دانش سازمانی، مشارکت نمی‌نمایند.

بدون شک دانش زیادی در اذهان کارکنان نهفته است که آشکار نشده و زمینه و فرصت لازم جهت اشتراک آن فراهم نگردیده است که لازم است سازمان‌ها با مدیریت دانش و ایجاد فرهنگ اشتراک دانش، آنرا کسب و بکار گیرند؛ تنها در این صورت است که دانش سازمانی ایجاد می‌گردد و به تبع آن سازمان می‌تواند از این بستر جهت کسب مزیت رقابتی بهره‌گیرد.

مسئله و چالش اساسی سازمان‌های امروزی و به‌ویژه در ایران، عدم توجه سازمان‌ها به تأثیر مهم مدیریت دانش و دانش‌آفرینی بر کسب مزیت رقابتی سازمان است. سؤال اساسی این است که در عصر حاضر که سازمان‌ها در یک محیط کاملاً رقابتی و بسیار پویا فعالیت می‌نمایند، عامل اساسی و تعیین‌کننده در موفقیت سازمان‌ها در عرصه رقابت چیست؟ و رمز کسب موفقیت، حفظ، استمرار و تداوم مزیت رقابتی سازمان‌ها در بازار کسب‌وکار چه می‌باشد؟ به‌راستی چه عاملی می‌تواند رتبه سازمان‌ها را در عرصه رقابتی جهان امروز، ارتقاء دهد و درعین‌حال باعث کسب مزیت رقابتی سازمان‌ها شود؟ واقعیت این است که امروزه عامل موفقیت سازمان‌ها در عرصه رقابت، از منابع مشهود و فیزیکی به منابع نامشهود، تغییر یافته است؛ از این رو بر اساس تحقیقات صورت پذیرفته، بسیاری از صاحب‌نظران، دانش را عامل کلیدی و تأثیرگذار در دستیابی سازمان‌ها به مزیت رقابتی مطرح نموده‌اند و بر این باورند که مدیریت این دارایی نامشهود و خلق دانش جدید از این طریق، عامل مهم در کسب مزیت رقابتی و حفظ، تداوم و استمرار آن می‌باشد.

از طرفی سازمان‌ها ناچارند در شرایط متغیر محیطی و به‌منظور موفقیت در عرصه رقابت با رقبا، همواره دانش سازمانی را مدیریت و از طریق آن دانش‌آفرینی کنند و با بهره‌گیری از مزایای آن، بهتر از رقبا عمل نمایند؛ چراکه دانش‌آفرینی تنها روشی است که برای رقبا قابل تقلید و کپی‌برداری نیست و سازمان می‌تواند به‌واسطه آن متفاوت از رقبا عمل نموده و به کسب مزیت رقابتی دست یابد.

تام پیترز^۱ نیز معتقد است امروزه موفقیت در بازار کسب‌وکار با دانشی که سازمان تولید می‌کند، سرعت تولید این دانش و میزان دانش تولید شده، ارتباط مستقیم دارد (گانز و انوندسن، ۱۳۷۸: ۳۰)

^۱.Peters Tom

سازمان‌ها در شرایط متحول جهان امروز، چاره‌ای جز انطباق خود با محیط بیرونی و تحول سازمانی ندارند. واقعیت این است که با پیشرفت تکنولوژی و تغییر و تحول روزافزون در عرصه کسب و کار و همچنین پیچیده شدن شرایط محیطی، اساس رقابت به‌طور مداوم در حال تغییر بوده و چنین فضایی، فعالیت و رفتار سازمان‌ها را نسبت به گذشته متفاوت ساخته است. لذا با توجه به شرایط حاکم بر عرصه رقابتی جهان امروز، حفظ و تداوم مزیت رقابتی، چالش اصلی سازمان‌های امروزی است که ضرورت دارد سازمان‌ها متفاوت از قبل عمل نموده و روش‌های جدید رقابت و استراتژی‌های متمایز کننده اتخاذ نمایند.

از طرفی افزایش توان رقابتی و کسب مزیت رقابتی پایدار، دغدغه اساسی سازمان‌ها در سال‌های اخیر است و سازمان‌ها را بر آن داشته تا بر منابع دیگری غیر از منابع مشهود و فیزیکی تمرکز نمایند؛ چراکه منابع مشهود توسط رقبای قابل تقلید و برای سازمان‌ها غیر اتکا شده است. از این‌رو در چند دهه اخیر، موضوع مدیریت دانش و دانش‌آفرینی از طریق آن و همچنین تأثیر آن بر کسب مزیت رقابتی، به‌طور چشمگیری مورد توجه سازمان‌ها قرار گرفته است.

لذا با توجه به اهمیت و نقش متمایز کننده این موضوع در سرنوشت سازمان‌ها و نیاز به تحول سازمان‌ها و انتخاب استراتژی رقابتی متمایز کننده در عرصه پر رقابت جهان امروز، نویسنده موضوع مدیریت دانش و مزیت رقابتی را که هر دو از مقوله‌های نوین و تحول‌آفرین سازمان‌ها و عرصه کسب و کار است به‌عنوان موضوع این اثر انتخاب نموده و به آن پرداخته است.

از سوی دیگر تحقیقات و مطالعات نشان می‌دهد که موفقیت سازمان‌ها در عرصه رقابت، به میزان قابل توجهی به انتخاب و به‌کارگیری منابعی بستگی دارد که موجب تمایز سازمان از رقبای خود شود. امروزه هر سازمانی می‌کوشد تا در