

بررسی نقش مدیریت دانش بر عملکرد کسب و کار

نصرتاها تختایی^{۱*}

ندا لیلی زاده^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۲/۱۷ تاریخ چاپ: ۱۴۰۲/۰۴/۱۸

چکیده

امروزه بیشتر سازمان ها بر مقدار دانش و اطلاعات به عنوان اساس قدرت و مزیت رقابتی نگاه می کنند. در دهه های اخیر با رواج اینترنت، کسب و کارهای اینترنتی به عنوان ابزاری برای سازماندهی مدل کسب و کار شناسایی می شود. این مقاله، ابتدا به بررسی دیدگاه ها، مدل های مختلف مدیریت دانش و عملکرد کسب و کار با توجه به قابلیت های مدیریت دانش می پردازد؛ سپس روابط علی میان قابلیت های مدیریت دانش و عملکرد کسب و کار را بررسی می کند.

واژگان کلیدی

مدیریت دانش، عملکرد کسب و کار، قابلیت های بازار.

^۱ استادیار گروه مدیریت منابع اطلاعاتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دزفول، دزفول، ایران. (takhtaei.2006@gmail.com)

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت منابع اطلاعاتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دزفول، دزفول، ایران. (* نویسنده مسئول:

neda.leyli.62@gmail.com)

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

۱. مقدمه

سازمان‌ها باید بیاموزند و در راه آموختن از هر شیوه و ابزاری که می‌تواند به آن‌ها یاری دهد، بهره‌گیرند که به نظر می‌رسد مدیریت دانش و به کارگیری تووری‌های پیچیدگی از مهم‌ترین ابزارها جهت ایجاد سازمان یادگیرنده باشند. سازمان‌ها باید سرمایه دانشی و توان یادگیری خود را که بهترین منبع رقابتی است افزایش دهند علاوه بر این سازمان‌ها باید دیدگاه مکانیکی که محیط را ساده و ایستا می‌پنداشت کنار گذارند در این میان سازمان‌هایی چون سازمان تأمین اجتماعی با رویکردی اقتصادی و اجتماعی، با پوشش قرار دادن بیش از نیمی از جمعیت ایران و مدیریت بر منابع مالی و اقتصادی بسیار گسترده که دارای پیچیدگی در ابعاد افقی و عمودی و جیرافیایی مدیریت است و با توجه به نقش سازمان تأمین اجتماعی که نقش مهمی در تحقق عدالت اجتماعی و توسعه پایدار کشور ایفا می‌کند نیازمند افزایش قابلیت‌های خود در حوزه مدیریت دانش می‌باشد تا بتواند پیچیدگی سازمانی خود را شناخته و مدیریت نماید (شاه علی، ۱۳۹۴: ۴۳).

در واقع در جهان امروز که تولید کالاها و ارائه خدمات به شدت دانش‌مدار شده اند دانش دارایی کلیدی برای کسب مزیت رقابتی به شمار می‌رود. لذا یکی از مسائلی که سال‌های اخیر مورد توجه سازمان‌ها واقع شده آن است که همواره آن‌ها به دنبال عواملی بوده‌اند که منجر به پیاده‌سازی مدیریت دانش شود تا بتوانند نسبت به رقبای شان مزیت رقابتی کسب کنند. کسب این مزیت رقابتی به توانایی سازمان در به کارگیری مؤثر دانش موجود برای ایجاد دارایی‌های دانشی جدید و عمل کردن بر اساس آن‌ها بستگی دارد. زمانی که نوآوری و خلاقیت راه پیروزی در جهان امروز است، سازمان باید بتواند دانش مناسب را در جای مناسب به کار گیرد امروزه مدیریت دانش یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت بانک‌ها در کسب مزیت رقابتی می‌باشد شناخت عوامل کلیدی مؤثر بر پیاده‌سازی مدیریت دانش یکی از چالش‌های پراهمیت برای بانک‌ها می‌باشد. هر چند در حال حاضر سازمان‌های بسیاری در زمینه پیاده‌سازی دانش در سطوح مختلف سرمایه‌گذاری کرده و موفق بوده‌اند، اما سازمان‌های بسیار زیادی نیز با شکست مواجه شده‌اند. فقدان ساز و کارهای صحیح ارزیابی و پیاده‌سازی مدیریت دانش این سرمایه‌گذاری را در ذهن مدیران تنها به یک هزینه اضافی تبدیل کرده است سیستم‌های مدیریت دانش بسیار پیچیده‌اند و تعدد عوامل و چالش‌های، آن پیش‌بینی رفتار سیستم را دشوار کرده است (کشانچی و همکاران، ۱۳۹۷: ۴۸). مدیریت دانش که منبع راهبردی برای سازمان بوده و باید به گونه‌ای گردآوری و مدیریت شود تا بتوان به عنوان مزیتی رقابتی از آن استفاده کرد؛ بنابراین قبل از مبادرت بر اجرای طرح‌های مدیریت دانش، سازمان نیازمند ارزیابی زیرسیستم‌های سازمانی و منابع موجود و اجزای مدیریت دانش خود می‌باشد تا مهم‌ترین و بهترین راهبرد مدیریت دانش را برای خود شناسایی کنند مسلماً تا چند سال آتی، مقوله دانش به عنوان جزء جدایی‌ناپذیر تمامی مجموعه‌های سازمانی خواهد شد و سازمان‌هایی در این زمینه موفق خواهند بود که زیرساخت‌های لازم برای پیاده‌سازی آن را فراهم کرده و چارچوب مناسب آن را طراحی کنند. لذا در این تحقیق سعی خواهد شد تا عوامل مؤثر بر اجزای مدیریت دانش و تاثیر آن‌ها بر عملکرد کارکنان شناسایی شود (بلک و پپلز ۲۰۰۵: ۱۱۹). امروزه مهم‌ترین مسئله پیش روی هر سازمانی عبارت است از عملکرد کسب و کار در این سازمان‌هاست. در واقع سیستم‌های مدیریت دانش در محیط سازمان نقش بسیار مهمی ایفا می‌کنند، این اهمیت زمانی بیشتر جلوه‌گر می‌شود که در زمینه کیفیت بخشی به خدمات نقش خود را ایفا کند. رمز ماندگاری سازمان‌ها، مدیریت صحیح دانش‌گران به عنوان منابع انسانی سازمان است (جمشیدی و جمشیدی، ۱۳۹۶: ۹). در همین راستا می‌توان گفت که کسب و کارهای در مقیاس کوچک نیروی محرکه رشاد اقتصادی، ایجاد اشتغال و کاهش فقر در کشورهای در حال توسعه می‌باشند. آن‌ها به مانند ابزاری

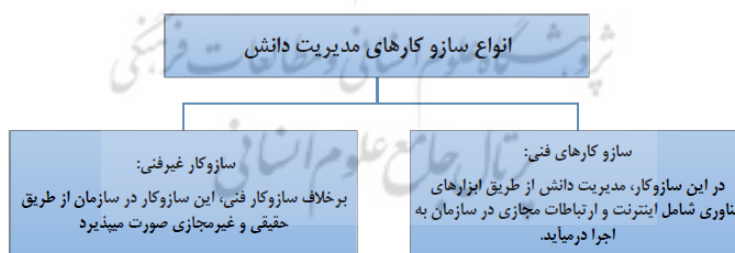
هستند که از طریح آن ها رشد اقتصادی و صنعتی شدن تسریع می یابد (رسولی قهرودی و همکاران، ۱۴۰۰: ۴). نقش مهم این کسب و کارها را می توان به سطح نوآوری و انعطاف پذیری آن ها نسبت داد؛ اما توانایی نوآوری آن ها به مقدار زیادی بستگی به شایستگی مدیریت، اندازه آن ها و در دسترس بودن منابع دارد (ادوبی^۱، ۲۰۱۲).

۲. مبانی نظری و ادبیات پژوهش

یکی از دغدغه های مهم در تحقیقات کارآفرینی شناسایی عوامل داخلی موثر بر عملکرد است. پژوهش های پیشین نقش عوامل داخلی موثر بر عملکرد شرکت های بزرگ و یا کوچک نوپا را از جنبه های مختلفی از قبیل منابع سازمان، قابلیت های پویا، توانایی بازارگرایی، گرایش، کارآفرینانه و ظرفیت جذب بررسی کرده اند (رسولی قهرودی و همکاران، ۱۴۰۰: ۶).

۱،۲. مدیریت دانش

مدیریت دانش رویکردی است که به سرعت در حال تکامل است و به چالش های اخیر برای افزایش کارایی و بهبود اثربخشی فرایندهای تجاری محور، همراه با نوآوری مستمر، توجه زیادی دارد. نیاز به مدیریت دانش براساس رشد ادراک جامعه تجاری، از این واقعیت سرچشمه می گیرد که دانش در خلاقیت کارکنان و دسترسی به مدیریت دانش پایدار، عنصری مهم تلقی می شود. چنین تغییر جهت اساسی و در سطح بالایی، پیامدهای مهمی در فرایندهای سطوح میانی و پایانی در سازمان دارد. در حقیقت، جذب و بکارگیری مفاهیم، ابزارها، تکنیک ها و استراتژی های مدیریت دانش در تحولات آینده، به منظور استقرار شرکت های دانش محور، به سادگی امکان پذیر نیست؛ چرا که نیازمند انتخاب صحیح ابزارها و تکنیک هایی است که به شیوه ای هماهنگ به کار گرفته شوند (رنجبر حاجی آبادی، ۱۴۰۰: ۲). مدیریت دانش حوزه بسیار وسیعی است که دسته بندی های مختلفی برای آن از جنبه های مختلف صورت گرفته و به سنجش مدیریت دانش در سازمان می پردازد. یکی از دسته بندی های جدیدی که در این حوزه انجام شده، دسته بندی الیوریا و همکارانش است. آن ها مدیریت دانش را شامل دو سازوکار فنی و غیرفنی می دانند. هر یک از سازوکارها برای بهبود مدیریت دانش در سازمان اهمیت دارد و در حقیقت افزایش هر یک از سازوکارها به افزایش مدیریت دانش در سازمان منجر می شود. تعریف این دو سازوکار به شرح زیر است.



Scoure: Oliveira et al,2014: 233

مهم ترین مکاتب فکری در مدیریت دانش به شرح زیر هستند:

۱. مکتب است اده از بهروش ها
۲. مدیریت سرمایه های فکری
۳. نظریه ی اطلاعات
۴. ساختارگرایی
۵. علم پیچیدگی (صالحی و همکاران، ۱۳۹۷: ۲۷).

¹ Adobi

۲.۲. عملکرد کسب و کارهای کوچک

در سنجش عملکرد دو رویکرد عمده وجود دارد عینی و مهنی هر دو رویکرد دارای محاسن و معایب خاص خود هستند (آلن، ۲۰۰۸). مقیاس های عینی بیشتر واقعی هستند، اما از نظر قلمرو پوششی محدود به داده های مالی هستند و دیگر ابعاد سازمانی را تبیین نمی کنند از طرف دیگر مقیاس های ذهنی کمتر واقع گرا هستند، اما توصیفی ی غنی از اثر بخشی سازمان ارائه می کنند این مقیاس ها اجازه می دهند دامنه وسیعی از سازمان ها در صنایع مختلف مورد مقایسه قرار گیرند بنابراین قابلیت تعمیم یافته ها بر مبنای مقیاس های ذهنی بیشتر است همچنین مقیاس های ذهنی عناصر تحلیل مبتنی بر ادراک را نیز پوشش می دهند که در پژوهش های علوم اجتماعی جایگاه ویژه ای پیدا کرده است این پرسش که کدام یی از این رویکردها باید در سنجش عملکرد مد نظر قرار گیرد به جهت گیری سازمانی و نو نگرش مدیران بستگی دارد.

۳.۲. مدیریت دانش و ارتباط آن با عملکرد کسب و کار

با توجه به شرایط رقابتی و تیسیرات سریع کنونی، ضرورت بررسی عملکرد شرکت ها بیش از گذشته اهمیت یافته است و شرکت ها باید برای رسیدن به جایگاه بهتر در مقایسه با رقبا، عملکرد خود را بهبود بخشند. امروزه هر مدیری برای بررسی عملکرد شرکت خود به شاخص های مناسبی نیاز دارد تا بتواند با توجه به آن ها شرکت خود را بهبود دهد. مطالعات زیادی در زمینه عوامل مؤثر بر عملکرد سازمان ها صورت گرفته است. یکی از عوامل و متغیرهایی که در مطالعات بسیاری بررسی شده، استراتژی سازمان است از دیدگاه اغلب محققان، انتخاب استراتژی مناسب برای بهبود عملکرد، اهمیت ویژه ای دارد (جامی پور و همکاران، ۱۳۹۷: ۸۳۶). در واقع مدیریت دانش و اطلاعات نقش بسیار مهمی در زندگی بسیاری از افراد جامعه دارد. عصر امروز، عصر سازمان های مبتنی بر دانش است. مدیریت دانش در راستای دستیابی به منابع نوین دانشی، تئوری های نوینی همچون مدیریت دانش جامعه گرا که هدف آن دستیابی به منابع عظیم دانش مشتریان است را مورد توجه جدی قرار داده است در واقع مدیریت دانش به عنوان ابزار کلیدی مدیریت قرن جدید در سازمان ها به عنوان فراهم کننده زمینه بازخوانی ایجاد، پرورش تسهیم و تبادل ارتقای سازماندهی نگهداری و انتشار دانش در سطح سازمان به ویژه در سطح بخش ها خواهد توانست سبب شکل گیری رویکرد جدید شیوه های آموزش، استفاده مؤثر از دانش موجود، آمادگی برای دریافت و است اده از اطلاعات و دانش نوین در جهت توسعه دانش و فناوری هزاره سوم با توان مقابله با تغییرات سریع دنیای اطراف شود. بسیاری از شرکت ها در فرایند شرو به کار به مدیریت دانش و سرمایه های فکری اهمیت زیادی می دهند. فرآیند نوآوری شدیداً به دانش وابسته بوده و مدیریت دانش و سرمایه انسانی باید به عنوان یی عامل اساسی در هر نو تجارتي مدنظر قرار گیرد. از سویی تاثیر برنامه های مدیریت دانش بر عملکرد در سازمان ها به ندرت مورد بررسی و تحقیق قرار گرفته است. مدیریت دانش می تواند برای سازمان خلع ارزش کرده و عملکرد سازمانی را بهبود بخشند و به بازاریابی برای سازمان کمی کند؛ شناخت تاثیر مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی و استراتژی های بازاریابی می تواند تضمین کننده رشد کارایی و اثر بخشی بالاتر بوده و نهایتاً رشد اقتصادی کشور را به دنبال داشته باشد یی سازمان با مدیریت دانش از منابع خود به صورت کارا تر استفاده نموده و در نتیجه نوآورتر بوده و عملکرد بهتری خواهد داشت بسیاری از سازمان ها در اجرای یی راهبرد مناسب از مدیریت دانش با شکست روبرو می شوند که این امر نشان دهنده لزوم بررسی و بکارگیری نظام مدیریت دانش اثربخش می باشد؛ بنابراین شرکت های بزرگ آمریکایی و اروپایی به دنبال ابتکار عمل در است اده از مدیریت دانش هستند.

۳. پیشینه پژوهش

پژوهش های متعددی نشان می دهد که رابطه مثبتی بین مدیریت دانش و عملکرد کسب و کار وجود دارد. جهاننیده (۱۴۰۱) در مقاله خود به بررسی تاثیر مدیریت دانش بازاریابی بر عملکرد کسب و کار با نقش میانجیگری نوآوری مالی دیجیتال در شعب بانک آینده شهر مشهد پرداخته است که نتایج پژوهش وی نشان داد که بین مدیریت دانش بازاریابی بر عملکرد کسب و کار و بین مدیریت دانش بازاریابی بر نوآوری مالی دیجیتال و بین نوآوری مالی

دیجیتال بر عملکرد کسب و کار و نیز بین مدیریت دانش بازاریابی و عملکرد کسب و کار با نقش میانجی گری نوآوری مالی دیجیتال که به عنوان واسطه ای جزئی عمل کرد، رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.

رنجبر حاجی آبادی (۱۴۰۰) در مقاله خود به مدلسازی رابطه بین مدیریت دانش و خلاقیت (مطالعه موردی: کارکنان شهرداری تهران) پرداخته است که نتایج پژوهش وی نشان داد که تاثیر مثبت و معنادار مدیریت دانش اینترنت اشیا بر خلاقیت را تایید کرد.

جامی پور و همکاران (۱۳۹۷) در مقاله خود به بررسی تاثیر گرایش استراتژی کسب و کار بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی مدیریت دانش پرداخته است که نتایج پژوهش وی نشان داد که گرایش استراتژی یکی از عوامل مهم تاثیرگذار بر عملکرد سازمانی است که نقش میانجی مدیریت دانش در این رابطه نیز تایید شد. نتایج پژوهش در حوزه مباحث استراتژی و مدیریت دانش، نوآوری های تئوریک به همراه دارد و به مدیران در درک چگونگی تاثیرگذاری هر یک از ابعاد گرایش استراتژی بر ابعاد عملکرد در عصر دانش کمی می کند.

رضایی دولت آبادی و خائف الهی (۱۳۸۵) در مقاله خود به بررسی مدلی برای تعیین میزان تاثیر بازارگرایی بر عملکرد کسب و کار با توجه به قابلیت های بازاریابی در صنایع شیمیایی پرداخته است که نتایج پژوهش وی نشان داد که عملکرد کسب و کار در فضای رقابتی کنونی تحت تاثیر یکپارچگی بازارگرایی و قابلیت های بازاریابی قرار دارد.

پوترا و چو (۲۰۱۹) ویژگی های رهبری کسب و کارهای کوچک را از دید نیروی کار مورد مطالعه قرار دادند. تحقیق کیفی آنان نشان داد که نه ویژگی شامل احترام، دلسوزی، ارتباط موثر، تجربه، نماینده موثر، شناخت اجتماعی و کنترل عاطفی، برای کسب و کارهای کوچک در صنعت رستوران سازماندهی شده است.

آلکالی و همکاران (۲۰۱۲) با ارائه مدلی عوامل موثر بر عملکرد کسب و کارهای کوچک بخش های تولیدی در نیجریه را شناسایی و عوامل مذکور را در سه گروه دسته بندی کردند. این عوامل عبارت بودند از: ویژگی های کارآفرین (سن، جنسیت، تجربه کاری و تحصیلات)، ۲. ویژگی های کسب و کار (خاستگاه شرکت، مدت زمان فعالیت، اندازه شرکت، محل شرکت و منبع سرمایه) ۳. محیط خارجی (بازاریابی، فناوری، دسترسی به اطلاعات، کارآفرینی و شبکه اجتماعی).

۴. منابع و مآخذ

۱. جامی پور، مونا، عصاریان، محمد، یزدانی، حمیدرضا. (۱۳۹۷). بررسی تاثیر گرایش استراتژی کسب و کار بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی مدیریت دانش. مدیریت بازرگانی، ۱۰ (۴)، ۸۳۵-۸۵۴.
۲. جمشیدی امیر، جمشیدی لیلا. (۱۳۹۶). طراحی مدل پیاده سازی مدیریت دانش در حوزه بالینی بیمارستان های وابسته به دانشگاه علوم پزشکی شهر همدان با استفاده از مدل سازی ساختاری تفسیری. آموزش پرستاری، ۶ (۵)، ۹-۱۸.
۳. جهاننیده، سعید. (۱۴۰۱). بررسی تاثیر مدیریت دانش بازاریابی بر عملکرد کسب و کار با نقش میانجیگری نوآوری مالی دیجیتال در شعب بانک آینده شهر مشهد، پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی شانديز، گروه مدیریت.
۴. رسولی قهرودی، مهدی، سیدی، الهه، آمر، عادل. (۱۴۰۰). تاثیر عوامل سطح شرکتی و سطح نیروی کار بر عملکرد کسب و کارهای کوچی ایران. کاوش های مدیریت بازرگانی، ۱۳ (۲۵)، ۱-۵۰.
۵. رضایی دولت آبادی، حسین، خائف الهی، احمدعلی. (۱۴۰۰). مدلی برای تعیین میزان تاثیر بازارگرایی بر عملکرد کسب و کار با توجه به قابلیت های بازاریابی در صنایع شیمیایی. پژوهش های مدیریت در ایران، ۱۰ (۱)، ۱۳۱-۱۳۱.

۶. رنجبر حاجی آبادی جواد. (۱۴۰۰). مدل سازی رابطه بین مدیریت دانش و خلاقیت (مطالعه موردی: کارکنان شهرداری تهران). نشریه علمی رویکردهای پژوهشی نوین مدیریت و حسابداری، ۵ (۱۸)، ۱۳۳-۱۴۶.
۷. صالحی، محمد، خاوری، سیدعبدالله، کیخای، فرزانه، محمد مجتبی. (۱۳۸۹). ارزیابی مدل عملی به منظور پیاده سازی مدیریت دانش و تأثیر آن بر واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی استان مازندران، فصلنامه روانشناسی تربیتی، ۱ (۴)، ۳۷-۲۵.
۸. کشانچی، بهزاد، خسروانجم، داود، پهلوانی، داود، پورقلی، امیر. (۱۳۹۷). طراحی مدل موفقیت پیاده سازی مدیریت دانش در سطح سازمانی با رویکرد مدل سازی ساختاری تفسیری (ISM) مورد مطالعه: بانک تجارت. فصلنامه مدیریت راهبردی در سیستم های صنعتی (مدیریت صنعتی سابق)، ۱۳ (۴۴)، ۴۷-۶۲.
9. Alkali, M., M d Isa, A., Baba, H. (2012). "A conceptual model of factors affecting business performance among the manufacturing sub-sector of small business enterprises in Nigeria (Bauchi state)". International journal of contemporary research in business, vol. 4, No. 5, pp.367-371. □ Allen, R. S., Dawson, G., Wheatley K. and White C.S. (2008). "Perceived Diversity and Organizational Performance", Employee Relations, Vol. 30 No. 1, p. 20-33.
10. Oliveira, M., Maçada, A. C. G., & Curado, C. (2014). Adopting Knowledge Management Mechanisms: Evidence from Portuguese Organizations. The Journal of Corporate Transformation, 21(4), 231-245.
11. Putra, Eka Diraksa & Cho, Seonghee (2019). Characteristics of small business leadership from employees' perspective: qualitative study, International Journal of Hospitality Management, 78, 36-46.



Examining the role of knowledge management on business performance

Nasraleh Takhtai^{*1}
Neda Leylizadeh²

Abstract

Today, most organizations look at the amount of knowledge and information as the basis of strength and competitive advantage. In recent decades, with the spread of the Internet, Internet businesses are recognized as a tool for organizing the business model. This article first examines the views, different models of knowledge management and business performance according to knowledge management capabilities; Then it examines the causal relationships between knowledge management capabilities and business performance.

Keywords

Knowledge management, business performance, market capabilities

1. Assistant Professor, Department of Information Resource Management, Islamic Azad University, Dezful Branch, Dezful, Iran (takhtaei.2006@gmail.com).
2. Master's student, Department of Information Resource Management, Islamic Azad University, Dezful Branch, Dezful, Iran (*Corresponding Author: neda.leyli.62@gmail.com).

