

مقدمه

ظهور اقتصاد مبتنی بر اطلاعات

بررسی موضوعی تحت عنوان مدیریت دانش برای اولین بار با گزارش سالیانه ۱۹۹۴ شرکت سوئدی پیشرو در خدمات مالی به نام اسکاندیا^۱ شروع شد. این گزارش دربرگیرنده یک سلسله تحلیلهای مالی بود که تلاش می کرد ارزش سرمایه فکری شرکت - داراییهای دانشی - را کمی کند. تلاش عمده در این خصوص در حقیقت در سال ۱۹۹۱ آغاز شد و شامل تلاشهای اولیه در جهت فراهم آوردن یک روش شناسی بود تا بتواند ارزش دانش در این شرکت را به گونه ای کمی محاسبه کند. سرانجام شرکت به یک جنبه غیرکمی شده ای در مؤسسه دست یافت که از قدیم مورد توجه قرار داشت: سرمایه فکری حداقل به اندازه سرمایه مالی سنتی در تأمین درآمدهای پایدار نقش دارد. تلاش شرکت اسکاندیا در این زمینه فراتر از تلاش بسیاری از تحلیلگران مالی و حسابرسی بود که تعریفشان از سرمایه فکری و داراییهای دانشی عبارت بود از رقمی غیر مهم و من عندی در تراز پرداختها که به منظور کسب شهرت و اعتبار به کار می رفت. اسکاندیا بدون توجه به این که آیا روش شناسی اش به گونه وسیع توانسته است خود را تثبیت کند یا نه، موضوعی را به اثبات رساند که سالها مورد ظن و گمان بسیاری از مدیران بود: دانش - دانش سازمانی - دارایی باارزشی است که مثل سایر داراییها به مدیریت، رشد و بهره برداری نیاز دارد.

پیتر دراکر^۲ در کتاب خود تحت عنوان *جامعه پس از سرمایه داری*^۳ این مفهوم از دانش سازمانی را مورد تأیید قرار می دهد: «مهمترین منبع اقتصادی، یعنی ابزارهای تولید، دیگر سرمایه یا منابع طبیعی و یا نیروی کار نیستند؛ این منبع اقتصادی بنیادی دانش است و خواهد بود.»

تعداد زیادی از مدیران شرکتهای، که خود را تحت آموزه های معلمان فکری همچون دراکر قرار داده اند، اکنون این واقعیت را به رسمیت می شناسند که دانش - بخصوص دانش مبتنی بر اطلاعات -^۴ می تواند اسلحه ای بسیار پر قدرت و راهبردی در کسب و کار به شمار رود. این دانش یک دارایی سازمانی است که سازمانها را قادر می سازد به مزیت های رقابتی مهم و معناداری دست یابند. خرد سازمانی اصطلاح دیگری برای داراییهای دانش سازمانی است. در حالی که اسکاندیا ارزش سرمایه فکری خود را مورد ارزشیابی و محاسبه قرار می داد، هوارد در سنر،^۵ تحلیلگر برجسته در گروه گارتنر^۶ می گوید نرم افزار خرد سازمانی را به عنوان جدیدترین مقوله نظامهای اطلاعاتی عرضه کند. این نرم افزار از داده پردازی و نظامهای پشتیبانی تصمیم سودمندتر بود.

مدیران کارآمد امروزی باید داده های لازم را از نظامهای تولیدی، پایگاه داده ها، و منابع داخلی و خارجی متعددی به دست آورند. این گونه مدیران برای این که بتوانند از مزیت های رقابتی برخوردار شوند، باید

1. Skandia Financial Service

2. Drucker, Peter

3. Post-Capitalist Society, *Harper Business*, 1993

4. Information-based knowledge

5. Howard Dresner

6. Gartner Group

داده‌های خام را تجزیه و تحلیل، تفکیک، همبسته سازی و مقابله نموده، آنها را به اطلاعات معنادار سازمانی تبدیل و سپس این اطلاعات معنادار سازمانی را به دانش مفید مبدل سازند. روش ایدئال عبارت است از توزیع و تقسیم این اطلاعات و ضمن انجام این کار فرایندی را باید آغاز کنند که بتواند داراییهای دانشی سازمانی را افزایش دهد. سرانجام این که مدیران باید بتوانند دانش سازمانی را به موفقیت‌های کسب و کار تبدیل کنند و با به‌کارگیری آنها مزیت رقابتی، رشد پایدار و افزایش منافع را ایجاد کنند.

مدیران جهت برآورده کردن این خواسته‌های دانشی، که موفقیت سازمانها را ممکن می‌سازد، از «فناوری اطلاعات» ابزاری می‌خواهند که بتواند اطلاعات و داده‌ها را در اختیار گرفته، جمع‌آوری، سازماندهی، پالایش و توزیع نماید. مدیران بر ابزارهای «فناوری اطلاعات» تکیه می‌کنند، زیرا این ابزارها مدیران را قادر می‌سازد داده‌ها را به اطلاعات و سپس آن را به دانش تبدیل کنند. اساساً مدیران به خاطر ابزارها، داده‌ها و فرایند مدیریت دانش به فناوری اطلاعات وابسته‌اند.

برای بسیاری از مدیران فناوری اطلاعات، این نقش جدید به عنوان فراهم‌آورنده دانش سازمانی و اصطلاحاتی از قبیل سرمایه فکری، داراییهای دانش سازمانی، و سازمان یادگیرنده که همگی به حوزه مدیریت دانش مربوط می‌شوند عبارات ناآشنایی هستند. البته برخی از جنبه‌ها نیز آشنا هستند؛ در حقیقت، فناوری اطلاعات مفهوم مدیریت دانش را مدتی است که مطرح می‌کند. مدیران فناوری اطلاعات از همان اوایل تلاشها جهت تولید و توزیع گزارشهای تجاری با استفاده از داده‌های جمع‌آوری شده در نظامهای داده‌پردازی سازمانها، مدیریت دانش را تمرین کرده و به کار گرفته‌اند. رمزگذارانی که مجموعه گزارشهای دسته‌بندی مشتریان را برنامه‌ریزی می‌کردند در نخستین طرحهای مدیریت دانش نقشی هدایتگرانه داشتند. امروزه، همین نقش را متخصصان آمار بر عهده دارند که الگوریتمهای پیشرفته کاوش داده‌ها را، جهت آشکارسازی روابط پنهان و بینشهای تجاری، از داده‌های فراوان استحصال می‌کنند.

بسیاری از مدیران فناوری اطلاعات به حق در خصوص مدیریت دانش دچار سردرگمی هستند. این سردرگمی از دو جهت است: در درجه اول مدیران تحت بمباران تبلیغات گسترده‌اند - مشاوران و فروشندگان مدیریت دانش را به عنوان نظریه دیگری برگزیده‌اند که با آن محصولات و خدمات خود را به فروش می‌رسانند. ثانیاً، مدیریت دانش موضوع وسیعی است که طیف گسترده‌ای از فناوریها و تواناییها، از پایگاههای داده‌های رابطه‌ای گرفته تا گروه‌افزار را جهت پیشبرد فناوری، دربر می‌گیرد. برخی از این مفاهیم از اصل مفاهیم جدید بوده، برخی دیگر بسیار آشنا و کاملاً تثبیت یافته‌اند. این نوشته به مدیران فناوری اطلاعات کمک می‌کند تا جنجالهای مدیریت دانش را پالایش کنند و آنها را در تعیین آنچه به فعالیت‌های کسب و کار آنها مربوط است یاری می‌دهد. کمک به مدیران در طراحی رهیافت خاص آنها نسبت به مدیریت دانش، ترکیب و ادغام فرایندهایی که قبلاً مورد استفاده سازمان قرار گرفته یعنی انجام همان کارها به گونه‌ای دیگر و اضافه کردن تواناییها، فناوریها، و فرایندهای جدید از جمله این موارد هستند.

این گزارش دارای ۱۳ فصل می‌باشد و بررسی جامعی از مدیریت دانش و مدیریت ارائه می‌دهد:

۱. خلاصه اجرایی

۲. دانش سازمانی چیست؟

۳. دانش در محیط کسب و کار

۴. سلسله مراتب دانش
۵. تبدیل داده به دانش
۶. مزایای مدیریت دانش
۷. نقش فناوری اطلاعات در مدیریت دانش
۸. زیرساخت فنی مدیریت دانش
۹. نظامهای مدیریت دانش
۱۰. بازار ابزارهای مدیریت دانش
۱۱. ایجاد سازمان دانش مدار
۱۲. ارزشیابی بازده سرمایه گذاری مدیریت دانش
۱۳. نتیجه گیری

این گزارش به مدیریت دانش به عنوان یک رشته علمی جدید نگاه نمی کند، بلکه آن را ادامه بسیاری از نقشهایی که فناوری اطلاعات، از زمان استقرار در سازمانها به عهده داشته است می داند. علاوه بر آن، این گزارش به شناسایی چار و چنگالهای صنعت و سوداگران می پردازد و آنها را از محتوا جدا می کند. گزارش مزبور از نقطه نظر مشاورانی که عناصر مجردتر مدیریت دانش را تبلیغ می کنند به جای آنکه تلاشهای مدیریت دانش خود را مستقیماً به کار و نقش سازمانی فناوری اطلاعات ارتباط دهند، نوشته نشده است. در عوض، این گزارش یک رهیافت عملی در خصوص مدیریت دانش اتخاذ می کند که بتواند بینشهای لازم را به خواننده بدهد تا مدیریت دانش را جهت دستیابی به ارزش مستقیم کسب و کار وارد سازمان کند.

فصل اول: خلاصه اجرایی، این فصل بررسی سطح بالایی از کل این نوشته را با توجه به نکات کلیدی در این فرایند عرضه می کند.

فصل دوم: دانش سازمانی چیست؟ این فصل زمینه بافت و تعاریف کلیدی مدیریت دانش را فراهم می آورد و بنیان فکری دانش مدیریت را با تعریف واژه های کلیدی، از جمله خود واژه دانش فراهم می سازد. همچنین مفاهیم و نظریه های رایج در مدیریت دانش را بررسی کرده، موضوع یادگیری سازمانی را که به گونه ای تنگاتنگ به مدیریت دانش مرتبط است می آزماید. مفاهیمی نظیر هوش تجارتي، داراییهای دانشی، و سرمایه های فکری نیز مورد کنکاش قرار می گیرند.

فصل سوم: دانش در محیط کسب و کار. این بخش مفاهیم مطرح شده در فصل ۲ را در محیط کاری روزمره به کار گرفته، نقش داده و اطلاعات را در محیط کسب و کار مورد توجه قرار می دهد و برداشتهای در حال تغییر داده ها و اطلاعات را می آزماید. این فصل در ضمن، فرایند دانش، چگونگی تبدیل نهایی داده ها به دانش، چگونگی به کارگیری دانش و زنجیره دانش را کاوش می کند.

فصل چهارم: سلسله مراتب دانش. مفاهیم داده ها، اطلاعات و دانش را با جزئیات بیشتر ارزیابی نموده، روشهای متحول برخوردار با این عناصر را مورد بحث قرار می دهد. منشأ این مفاهیم و این که امروزه چگونه سازمانها این عناصر را در اختیار گرفته و تحت مدیریت قرار می دهند نیز در این بخش مورد ارزیابی قرار می گیرد.

فصل پنجم: تبدیل داده به دانش. این فصل فرایندها، ابزارها و فناوریهای را که برای تغییر داده ها به

دانش به کار می‌روند می‌آزماید. پردازش داده‌ها، گزارش‌دهی، نظام پشتیبانی از تصمیم، نظام‌های اطلاعات مدیریت اجرایی (EIS)، پرسشگریهای موردی، پردازش تحلیلی رایانه‌ای (OLAP)، داده‌کاوی، مدیریت دانش، همکاری و مشارکت در دانش نیز از مقوله‌های مورد بحث در این فصل می‌باشند. علاوه بر آنچه ذکر شد، چگونگی در اختیار گرفتن، ذخیره، تحلیل و اشاعه دانش نیز مورد بررسی قرار می‌گیرد.

فصل ششم: مزایای مدیریت دانش. این فصل دلایل اتخاذ طرح‌های مدیریت دانش توسط سازمانها را برشمرده، بخصوص مزایایی از قبیل سرعت پردازش، مزیت پایدار از طریق نوآوری، توانایی شناسایی و سازش با تغییر، پیوستگی، نگاهداری، و رشد داراییهای فکری را مورد تأکید قرار می‌دهد. اثر مدیریت دانش بر عملیات تجاری، برنامه‌ریزی راهبردی، بهسازی منابع انسانی و امور مالی را نیز می‌آزماید.

فصل هفتم: نقش فناوری اطلاعات در مدیریت دانش. این فصل تکامل فناوری اطلاعات و نقش آن در فرایند مدیریت دانش را مورد بررسی قرار می‌دهد. رشد و پیشرفت رئیس فناوری اطلاعات، از مدیر داده‌پردازی به مدیر نظام‌های مدیریت اطلاعات، کارشناس ارشد اطلاعات و رئیس کل دانش در این فصل مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. همچنین نقش خاصی را که فناوری اطلاعات باید در سازمان بازی کند مورد بحث قرار داده، کارهای مختلف فناوری اطلاعات در مدیریت دانش از قبیل جمع‌آوری داده‌ها، مدیریت داده‌ها، دسترسی به داده‌ها، تحلیل داده‌ها، تولید و نگهداری زیرساخت اطلاعاتی و تولید و نگهداری زیرساخت دانش را مورد کاوش قرار می‌دهد.

فصل هشتم: زیرساخت فنی مدیریت دانش. این فصل فناوریها و نیازهای فنی طرح‌های مدیریت دانش را مورد تفحص قرار می‌دهد. نقش شبکه‌ها، اینترنت (شبکه بین‌المللی)، اینترنت (شبکه درون سازمانی) و اکسترانت (شبکه برون سازمانی)، ساختار معماری ذخیره‌سازی، نظام‌های مدیریت پایگاه داده‌ها، فراداده‌ها، کتب راهنما، و گنجینه‌های اطلاعات در این فصل بررسی می‌شوند. فناوریهای فرایند در اختیار گرفتن و جمع‌آوری و توزیع داده‌ها، مانند گنجینه‌های دستیابی، انبارها، نشر، فناوریهای پیغام‌گذار نشر و اشتراک، فناوریهای گیرنده - دهنده مدارهای الکترونیکی (فناوری پول - پوش)، فناوری عامل/عامل هوشمند، گروه‌افزار، و جریان کار نیز در این بخش مورد بررسی قرار می‌گیرد. توضیحات دقیقی از فناوری تسهیل دسترسی به داده‌ها، اطلاعات، دانش و مشارکت در اطلاعات نیز در این بخش گنجانده شده است. در این فصل استفاده از واسطه‌افزار نیز مورد ارزیابی قرار گرفته است. فناوریهایی که داده‌ها و تحلیل اطلاعات را مورد حمایت قرار می‌دهند، از جمله پردازش تحلیلی رایانه‌ای (OLAP)، تحلیل چندبعدی و داده‌کاوی نیز بررسی می‌شوند.

فصل نهم: نظام‌های مدیریت دانش. در این فصل ابزارهای موجود در به کارگیری برنامه‌های مدیریت دانش تجزیه و تحلیل می‌شود. این تحلیل دربرگیرنده نظامها و ابزارهایی جهت بررسی داده‌های ساختار یافته و ساختار نیافته، تسهیل دسترسی به داده‌ها، ساخت و نگهداری انبارهای داده‌ها و هدایت و اجرای کاوش داده‌هاست. در ضمن نقش فناوریهایی همچون پست الکترونیکی، گروه‌افزار، نظام‌های مدیریت اسناد، نظام‌های جستجو و بازیابی اطلاعات، عوامل، و فناوری پوش در مدیریت دانش در این بخش مورد بررسی قرار می‌گیرد.

فصل دهم: بازار ابزارهای مدیریت دانش. این فصل یک بررسی کلی از ابزارها و فروشندگان در بازار

مدیریت دانش به عمل می‌آورد. این بازار دربرگیرنده نظامهای اطلاعاتی، ذخیره سازی داده‌ها، کاوش داده‌ها، گروه‌افزار، مدیریت اسناد، انتشارات الکترونیکی، جستجو و بازیابی اطلاعات، و فناوریهای گیرنده - دهنده مدارهای الکترونیکی می‌باشد.

فصل یازدهم: ایجاد سازمان دانش‌مدار. این فصل توصیه‌هایی درباره چگونگی اجرای برنامه‌های مدیریت دانش در انواع مختلف سازمانها به عمل می‌آورد. در این فصل موضوعاتی از قبیل تعریف یک دیدگاه، هدف گذاری و آزمون موارد فنی، سازمانی و فرهنگی مطرح می‌شوند. این فصل توجهات و دغدغه‌هایی همچون امنیت، خلوت و آسیب‌پذیری را مطرح می‌کند و در نهایت برخی از نقایص و مشکلات کلیدی اجرای برنامه‌های مدیریت دانش را مورد بررسی قرار می‌دهد.

فصل دوازدهم: ارزشیابی بازده سرمایه‌گذاری مدیریت دانش. این فصل روشهای مختلف محاسبه و ارزشیابی بازده سرمایه‌گذاری در مدیریت دانش را مطرح می‌نماید. اگرچه برخی مدیران فکر نمی‌کنند که بازده سرمایه‌گذاری مدیریت دانش قابل محاسبه باشد، لیکن برخی دیگر بر این باورند که روشهای آنها می‌تواند بازنمایی مناسبی از بازده سرمایه‌گذاری مدیریت دانش را ارائه دهد.

فصل سیزدهم: نتیجه‌گیری. این که سازمانها چگونه می‌توانند با استفاده از مدیریت دانش در عرصه اقتصاد دانش‌مدار موفق شوند، در این فصل مورد بررسی مختصر قرار می‌گیرد.