

راهبرد دانش و مدیریت دانش

تألیف

محمدرضا وصفی

عضو هیئت علمی دانشگاه تهران

آمنه راهجو

دانشجوی دکتری مدیریت اطلاعات و دانش دانشگاه تهران

سیف‌اله اندایش

دانشجوی دکتری مدیریت اطلاعات و دانش دانشگاه تهران و مدرس دانشگاه



سرشناسه

: وصفی، محمدرضا، ۱۳۴۳-

عنوان و نام پدیدآور : راهبرد دانش و مدیریت دانش / تألیف محمدرضا وصفی، آمنه راهجو و

سیفاله اندایش

مشخصات نشر : تهران: چاپار، ۱۳۹۹.

مشخصات ظاهری : ۲۱۲ ص.

شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۲۷۶-۱۶۰-۶

وضعیت فهرست‌نویسی : فیا.

موضوع : مدیریت دانش.

موضوع : Knowledge Management

شناسه افزوده : راهجو، آمنه، ۱۳۶۲-

شناسه افزوده : اندایش، سیفاله، ۱۳۶۳-

رده‌بندی کنگره : HD۳۰/۲

رده‌بندی دیویی : ۶۵۸/۴۰۳۸

شماره کتابشناسی ملی : ۷۲۷۸۰۱۰



تهران: ۸۸۸۹۹۶۸۰ - ۰۹۱۲۱۹۶۰۲۱۴

راهبرد دانش و مدیریت دانش

محمدرضا وصفی، آمنه راهجو و سیفاله اندایش

چاپ اول: ۱۳۹۹

شمارگان: ۱۰۰۰

صفحه‌آرایی: کلینیک اطلاعات ایران

شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۲۷۶-۱۶۰-۶ ISBN 978-600-276-160-6

حق هرگونه چاپ و انتشار محفوظ است.

قیمت: ۴۰۰۰۰ تومان

فهرست

پیشگفتار.....	۹
فصل اول. چستی راهبرد دانش، و فرایند تدوین و ارزیابی آن.....	۱۱
مقدمه.....	۱۱
ابعاد متعدد مفهوم راهبرد.....	۱۳
جایگاه راهبرد در فرایند کسب و کار.....	۱۷
تعریف فرایند.....	۱۷
مشخصات کلیدی فرایندها.....	۱۸
فرایند کسب و کار.....	۲۰
فرایند تدوین، ارزیابی و بازنگری راهبرد.....	۲۴
مکاتب تجویزی تدوین راهبرد.....	۲۵
مکتب طراحی.....	۲۵
مکتب برنامه‌ریزی.....	۲۶
مکتب موقعیت‌یابی.....	۲۶
مکتب توصیفی تدوین راهبرد.....	۲۷
مکتب کارآفرینی.....	۲۷
مکتب ادراکی.....	۲۸
مکتب یادگیری.....	۲۸
مکتب قدرت.....	۲۹
مکتب فرهنگی.....	۲۹
مکتب محیطی.....	۳۰
مکتب پیکربندی (تلفیقی) تدوین راهبرد.....	۳۱

۳۹	تدوین راهبرد دانش محور
۴۰	خلق ارزش از طریق دانش در تدوین راهبرد
۴۳	تغییر در شیوه تدوین راهبرد و نقش دانش در آن
۴۶	ارزیابی و بازنگری راهبردها
۴۷	فرایند ارزیابی راهبرد
۴۸	کنترل صحت مفروضات پایه‌ای
۴۹	کنترل تغییرات درونی و بیرونی
۵۰	کنترل نتایج اجرای راهبرد فعلی
۵۲	بازنگری راهبرد
۵۳	همگام‌سازی راهبردهای کسب‌وکار و راهبردهای دانش
۵۵	راهبردهای کسب‌وکار
۵۸	راهبردهای دانش
۶۹	راهبرد دانش چگونه شکل می‌گیرد؟
۷۰	مؤلفه‌های دخیل در راهبردهای دانش
۷۴	مؤلفه‌های اصلی برای تدوین چارچوب راهبرد دانش
۷۶	ساختار سازمانی
۷۶	جریان اطلاعات
۷۷	موقعیت اسناد و مدارک (شفافیت)
۷۷	فرهنگ سازمانی
۷۸	آموزش کارکنان دانشی
۷۸	فناوری
۷۹	منابع انسانی
۸۱	فصل دوم. الگوهای راهبرد دانش
۸۱	مقدمه
۸۲	راهبردهای دانش‌بیرلی و چاکر‌بازتی
۸۴	مطالعات زک
۸۵	مطالعات دی پابلوس
۸۵	مطالعات کستن

۸۶	الگوی راهبرد دانش چوی و لی
۸۸	راهبردهای بات در زمینه مدیریت دانش فردی و سازمانی
۹۲	راهبردهای دانش بیرلی و دالی
۹۶	راهبردهای کدگذاری و شخصی سازی
۹۶	راهبرد کدگذاری
۹۹	راهبرد شخصی سازی
۱۰۵	دانش
۱۰۵	راهبرد
۱۰۵	دانش ضمنی
۱۰۵	دانش آشکار
۱۰۵	راهبرد درونی و بیرونی
۱۱۶	راهبردهای مدیریت دانش نوناکا و تاکوچی (۱۹۹۵)
۱۲۱	مطالعات هانسن و دیگران (۱۹۹۹)
۱۲۲	راهبرد بویسوت
۱۲۴	راهبرد ویگ (طبقه بندی با فرایند تجاری)
۱۲۵	استراتژی مکنزی (طبقه بندی با فرایند تجاری)
۱۲۶	استراتژی طبقه بندی به وسیله نتایج نهایی
۱۲۷	استراتژی ارتباط دانش و نتایج نهایی
۱۲۹	فصل سوم. معیارهای ارزیابی راهبردهای دانش
۱۲۹	مقدمه
۱۳۲	اندازه گیری سرمایه فکری
۱۳۵	ارتباط وجوه کارت امتیازی متوازن با مدیریت دانش
۱۳۶	شکل جدید معیارهای مدیریت دانش
۱۴۰	سایر تکنیک های ارزیابی
۱۴۷	فصل چهارم. راهبرد مدیریت دانش و مدیریت راهبردی دانش محور
۱۴۷	مقدمه
۱۵۱	مزیت رقابتی هم راستایی راهبرد مدیریت دانش و راهبرد سازمان
۱۵۳	برنامه های مدیریت دانش و مراحل راهبردی

پیشگفتار

تاکنون در خصوص مدیریت دانش، مباحث زیادی مطرح شده است اما در خصوص راهبردهای دانش و مدیریت دانش مطالب منسجمی وجود ندارد. راهبرد دانش، با شفاف‌سازی اهداف و انتظارات، نتایج مدیریت دانش را قابل حصول و اندازه‌گیری می‌کند. بنابراین، یکی از عوامل بسیار مهم در شکست یا موفقیت مدیریت دانش محسوب می‌شود. حضور در بازارهای رقابتی، حاصل از جهانی‌شدن تجارت، تنها با به‌کارگیری راهبردی متناسب با شرایط به شدت پویای بازار، در کسب مزیت رقابتی نسبت به رقبای و تلاش برای حفظ آن، امکان‌پذیر خواهد بود. در این خصوص، لازم است که سازمان‌ها با تجهیز شدن به دانش روز، خود را برای مقابله با هرگونه تغییری آماده کنند. رقابت موفقیت‌آمیز بر پایه مزیت دانشی مستلزم هم‌راستا ساختن استراتژی‌های کلان سازمان با دانش سازمان است. سازمان قادر به ادامه حیات خود نیست، مگر اینکه استراتژی مناسبی برای اداره سرمایه فکری و دانشی خود انتخاب کند. راهبرد دانش درباره ماهیت چیزی که باید اداره شود (دانش و اطلاعات) توضیح می‌دهد و مسیر میان نقطه شروع تا مقصد موردنظر را ضمن سنجش نکات مثبت و منفی در هر حالت ممکن، ترسیم می‌کند و بیشتر سعی می‌کند که موانع احتمالی موجود

در مسیر را پیش‌بینی کند؛ اما در خصوص خود راهبردهای دانش، تدوین و ارزیابی و بازنگری و همچنین انواع راهبردهای دانش و مدیریت دانش مطالب کمتری وجود دارد. بدین ترتیب، ابتدا به بررسی مفهوم راهبرد پرداخته و جایگاه راهبرد را در فرایند کسب‌وکار مشخص نموده است. سپس به فرایند تدوین، ارزیابی و بازنگری راهبرد پرداخته و در ادامه مباحثی در خصوص همگام‌سازی راهبردهای کسب‌وکار و راهبردهای دانش آورده است. مؤلفه‌های دخیل در راهبردهای دانش را بیان نموده و به انواع راهبردهای دانش و مدیریت دانش پرداخته است. در انتها نیز معیارهای ارزیابی راهبردهای دانش آمده است. امید است این مجموعه برای علاقه‌مندان مدیریت دانش مفید واقع شود.

در خاتمه نگارندگان بر خود فرض می‌دانند از زحمات کسانی که در به ثمر رساندن این متن سهیم بوده‌اند، صمیمانه سپاسگزاری نمایند. از جناب آقای موسی محمدی مدیر نشر چاپار برای چاپ و نشر کتاب سپاسگزاری می‌شود.

محمد رضا وصفی

آمنه راه‌جو

سیف‌اله اندایش