

ارزیابی عملکرد مدیریت دانش سازمان‌های مؤثر در فرایند مدیریت بحران مقصدهای گردشگری (مطالعه موردی: شهر اردبیل)

مهدی ابراهیمی - استادیار دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی
الناز سخندان* - کارشناس ارشد رشته مدیریت جهانگردی گرایش بازاریابی، دانشگاه علامه طباطبائی

پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۰۳/۲۲

دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۰۸/۲۱

چکیده

مدیریت دانش در صنعت گردشگری، به راهبردهای دانش‌گرا اشاره دارد و یکی از راهبردهای تجاری معاصر و مطلوب است. پژوهش‌های اخیر که از نظریه‌های مدیریت راهبردی بر مبنای هوش و دانش الهام گرفته‌اند، نشان داده‌اند که ساخت و پایداری مزیت رقابتی از طریق مدیریت دانش، موضوع مشترک شرکت‌های خدماتی است. با توجه به اینکه مقاصد گردشگری قادر نیستند تا خود را از تحولات محیط بیرونی مصون نگه دارند، این ویژگی، بر نیاز به یک سیستم مدیریت دانش در سراسر مقصد گردشگری تأکید می‌کند که برای همه انواع سازمان‌ها در دسترس باشد؛ به نحوی که زیرساخت لازم را برای همکاری میان سازمان‌ها فراهم آورد. مدیریت دانش، به‌عنوان سازمان‌دهنده‌ای مهم شناخته شده است که قابلیت آن را دارد که به مدیریت بحران مقاصد گردشگری بسیار کمک کند. از این‌رو، پژوهش حاضر به ارزیابی مدیریت دانش سازمان‌های مؤثر در فرایند مدیریت بحران شهر اردبیل می‌پردازد و پنج مؤلفه شامل کسب، خلق، ذخیره‌سازی، تسهیم و به‌کارگیری دانش را بررسی می‌کند. این تحقیق از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ ماهیت، توصیفی-پیمایشی است که با ابزار پرسشنامه انجام گرفته است. نمونه آماری پژوهش، شامل ۱۲۰ نفر از مدیران و کارشناسان در ۱۹ سازمان مؤثر در فرایند مدیریت بحران شهر اردبیل است. در این پژوهش، تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها، با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی و آزمون T و با بهره‌گیری از نرم‌افزارهای SPSS و LISREL انجام گرفت. نتایج پژوهش بیانگر ارزیابی ضعیف وضعیت مدیریت دانش میان سازمان‌های مؤثر در فرایند مدیریت بحران شهر اردبیل است؛ به نحوی که تمامی مؤلفه‌های مدیریت دانش، پایین‌تر از حد متوسط ارزیابی شده‌اند. براساس یافته‌ها، تسهیم دانش میان سازمان‌های مؤثر در فرایند مدیریت بحران شهر اردبیل، نزدیک به حد متوسط است و بقیه مؤلفه‌ها به ترتیب شامل کسب دانش، به‌کارگیری دانش، خلق دانش و ذخیره‌سازی دانش هستند.

واژه‌های کلیدی: ارزیابی عملکرد، شهر اردبیل، مدیریت بحران، مدیریت دانش، مقصد گردشگری.

مقدمه

ایجاد و استفاده از دانش به منظور نوآوری، توسعه و تطابق با تغییرات، برای رقابت صنعت و مقصد گردشگری اهمیت بسیار دارد (Hjalager, 2002: 469). هرچند به ضرورت مدیریت دانش در صنایع خدماتی، به‌ویژه در شرکت‌های کوچک اذعان شده است (Zehrer, 2011: 54)، صنعت گردشگری در اتخاذ این رویکرد موفق نبوده است؛ چراکه این صنعت، ارتباطی ضعیف با تحقیقات علمی دارد. مدیریت دانش، اطلاعات درست را در زمینه درست، با شخص و زمان درست، برای یک هدف درست به کار می‌برد. تولید و بهره‌برداری از دانش، برای نوآوری و توسعه محصولات جدید گردشگری (Hjalager, 2002: 470)، مدیریت مقصد گردشگری (Xiao and Smith, 2007: 311)، درک چگونگی تعامل شبکه‌های سازمان‌های گردشگری برای تولید خدمات گردشگری (Baggio et al., 2010: 802) و همچنین برای مدیریت مؤثر بحران‌های گردشگری، حیاتی است (Blackman et al., 2011: 337). گردشگری یکی از کسب‌وکارهایی است که در سال‌های اخیر، از بحران‌ها و بلایای متعددی در سراسر جهان تأثیر پذیرفته است (Faulkner, 2001: 135; Ritchie, 2004: 669)؛ بحران‌هایی که به‌طور غیرمنتظره رخ می‌دهند و باید از طریق فرایندهای مدیریت بحران اثربخش به آن‌ها توجه شود. بررسی بسیاری از بحران‌های گردشگری نشان می‌دهد یکی از دلایل مهم برای بسیاری از خسارت‌ها، نبود هماهنگی و ارتباط مناسب میان نهادهای مختلف در مقصد است که اشخاص و کسب‌وکارها را به واکنش فردی مجبور می‌کند. یکی از ویژگی‌های مشترک نظریه‌های مدیریت بحران، تأکید آن‌ها بر توزیع کارآمد اطلاعات و ارتباطات بین تمام ذی‌نفعان در مقصد گردشگری است. برای موفقیت در مدیریت بحران، تمرکز رویکردهای مدیریت دانش بر تولید و توزیع دانش، اثربخش است و حفظ و نگهداری یک سیستم کارآمد توزیع دانش قادر است این وضعیت را بهبود بخشد. در این زمینه، نقش سازمان‌های مدیریت مقصد، به‌عنوان واسطه دانش، کلیدی خواهد بود. نقش واسطه‌ها، تسهیل‌گر دانش ایده‌ها و دانش و در نتیجه، پشتیبانی از جریان دانش است (Pforr, 2009: 40). اکثر نظریه‌ها بر فرآیندهایی که دانش تولید، توزیع، و در زمان نیاز به کار گرفته می‌شوند، متمرکز نشده‌اند و در حالی که بسیاری معتقدند، کسب دانش، تولید، ذخیره‌سازی و انتشار دانش با مراحل بحران مرتبط هستند و مدیریت دانش می‌تواند مدیریت بحران را بهبود ببخشد، تعجب‌آور است که تحقیقات اندکی در این زمینه انجام شده است. زهرا (۲۰۱۱)، در تحقیق خود با عنوان مدیریت دانش در جهانگردی، وضعیت مدیریت دانش را با به‌کاربردن الگوی گرانت در سازمان‌های جهانگردی اتریشی بررسی نموده و نتایج مطالعات و بررسی‌ها نشان داده است که اکثر سازمان‌های گردشگری اتریشی، مدیریت دانش را بر طبق الگوی گرانت (شناسایی دانش، تخمین دانش، ذخیره دانش، تکثیر دانش، تسهیم دانش، یکپارچگی دانش) به اجرا گذاشته‌اند. وانگ و بلاردو (۲۰۰۹)، نیز با بررسی نقش مدیریت دانش در دستیابی به مدیریت بحران اثربخش دریافتند که روابط قابل‌توجهی میان استراتژی‌های دانش، مراحل بحران و ویژگی‌های بحران وجود دارد. اخوان و درویش‌زاده (۱۳۹۰)، نیز چارچوبی ترکیبی ارائه نموده‌اند که نقش مدیریت دانش را در توسعه مدیریت جامع بحران نشان می‌دهد. براساس نتایج تحقیق، راهکارهای مدیریت دانش به مدیریت بحران، جهت کنترل بحران کمک می‌کند. نتایج تحقیق نشان داد، راهکارهای مکتب سیستمی بیشترین تأثیر را در کمک به مدیریت بحران در زمان وقوع زلزله داشته و راهکارهای مکاتب مهندسی و سازمانی دارای اولویت‌های بعدی هستند. سایر مکاتب نیز، به میزان تقریباً مساوی بر عامل بیان شده تأثیر داشته‌اند.

مدیریت دانش، با دسترسی به دانشی که پیوسته در حال تغییر است، دانش عینی و دانش ضمنی یا دانش نهفته در اذهان افراد را فراهم می‌کند و با ایجاد خرد، توانایی در نوآوری و قدرت مقابله با بحران‌ها را افزایش می‌دهد؛ بنابراین، مقصدهای گردشگری، دانش برای مدیریت بهینه بحران به‌ویژه بحران‌های طبیعی، به ابزارهای مدیریت نیاز دارند، اما به‌نظر می‌رسد وضعیت مدیریت دانش در سازمان‌های مسئول در مدیریت بحران، در مقصدهای گردشگری ضعیف است؛ بنابراین، پژوهش حاضر برای پاسخ به چگونگی وضعیت مدیریت دانش در سازمان‌های درگیر در فرایند مدیریت بحران شهر اردبیل و با هدف پی‌بردن به میزان به‌کارگیری مؤلفه‌های مدیریت دانش در سازمان‌های درگیر در فرایند مدیریت بحران با هدف حل معضل‌های بحران مقصد گردشگری صورت گرفته است.

وضعیت مدیریت دانش در سازمان‌های مؤثر بر فرایند مدیریت بحران در مقصدهای گردشگری با هدف حل معضله‌های بحران در مقصد ضعیف است.

- وضعیت کسب دانش در سازمان‌های مؤثر بر فرایند مدیریت بحران در مقصدهای گردشگری با هدف حل معضله‌های بحران در مقصد ضعیف است.
- وضعیت خلق دانش در سازمان‌های مؤثر بر فرایند مدیریت بحران در مقصدهای گردشگری با هدف حل معضله‌های بحران در مقصد ضعیف است.
- وضعیت ذخیره‌سازی دانش در سازمان‌های مؤثر بر فرایند مدیریت بحران در مقصدهای گردشگری با هدف حل معضله‌های بحران در مقصد ضعیف است.
- وضعیت تسهیم دانش در سازمان‌های مؤثر بر فرایند مدیریت بحران در مقصدهای گردشگری با هدف حل معضله‌های بحران در مقصد ضعیف است.
- وضعیت به‌کارگیری دانش در سازمان‌های مؤثر بر فرایند مدیریت بحران در مقصدهای گردشگری با هدف حل معضله‌های بحران در مقصد ضعیف است.

مبانی نظری

مقصدها و سازمان‌های گردشگری قادر نیستند تا خود را از فشارها، پیامدها و تحولات محیط بیرونی مصون نگه دارند و همواره در برابر موقعیت‌های متغیر با خلق و استفاده از دانش به‌منظور پاسخ‌دادن به آن، در حال تطبیق و سازگاری هستند. **دانش:** دانش، ترکیب سیالی از تجربه، ارزش‌ها، اطلاعات وابسته به یک بستر مشخص و بینش تخصصی است. دانش، چارچوبی برای ارزیابی و یکپارچه‌کردن تجربیات و اطلاعات جدید فراهم می‌کند و در ذهن افراد مطلع از آن شکل می‌گیرد. این دانش در سازمان‌ها، اغلب نه‌تنها در اسناد ذخیره‌شده وجود دارد، بلکه ممکن است در روندها، فرایندها، کارهای عملی و هنجارهای سازمانی نهفته باشد (Davenport and Prusak, 1998: 4). امروزه سازمان‌ها، مدیریت دانش را به‌منظور ایجاد دانش برای تصمیم‌های راهبردی به‌کار می‌گیرند.

مدیریت دانش: مدیریت دانش، در سال ۱۹۹۷ برای نخستین بار در مجامع دانشگاهی و علمی، مطرح و به موضوعی بحث‌برانگیز برای مدیران و محققان تبدیل شد. مدیریت دانش، مفهومی پیچیده و گسترده است و صاحب‌نظران مختلف از زوایای گوناگون به آن نگریده‌اند. از نظر کینگ (۲۰۰۹)، مدیریت دانش، فرایند کشف، کسب، توسعه و ایجاد، تسهیم، نگهداری، ارزیابی و به‌کارگیری دانش مناسب در زمان مناسب توسط فرد مناسب در سازمان است که با ایجاد پیوند میان منابع انسانی، فناوری اطلاعات و ارتباطات و تولید ساختاری مناسب برای دستیابی به اهداف سازمانی صورت می‌پذیرد. کارل ویگ (۲۰۰۰)، معتقد است که مدیریت دانش یعنی ایجاد فرایندهای لازم برای شناسایی و جذب داده، اطلاعات و دانش‌های مورد نیاز سازمان از محیط درونی و بیرونی و انتقال آن‌ها به تصمیم‌ها و اقدامات سازمان و افراد.

مدیریت دانش در صنعت گردشگری، به راهبردهای دانش‌گرا اشاره دارد و یکی از راهبردهای تجاری معاصر و مطلوب است. مدیریت دانش را می‌توان فرایندی پیوسته با پنج مرحله اصلی در نظر گرفت: کسب، تولید و خلق، تدوین و ذخیره‌سازی، تسهیم، انتقال و استفاده از دانش (Sigala and Chalkiti, 2014: 801).

کسب دانش: اکتساب، عمل اخذ دانش در روند ایجاد یک سیستم پایه دانش شناخته شده است. کسب دانش برای استخراج، تبدیل و انتقال تخصص‌ها از منابع اطلاعاتی به شکل سیستم‌های مبتنی بر دانش به‌کار می‌رود.

خلق دانش: این امر به توانایی یادگیری و ارتباط برمی‌گردد. توسعه این قابلیت، تجربه تسهیم دانش، ایجاد و ساخت ارتباط بین ایده‌ها و ساخت ارتباط‌های متقاطع با دیگر موضوعات، از اهمیت کلیدی برخوردار است (افرازه، ۱۳۸۶: ۳۴).

ذخیره‌سازی دانش: ذخیره‌سازی دانش، شامل احتیاس، حفاظت و نگهداری از دانش با استفاده از ابزارهای مختلف نظیر افراد، اسناد و مدارک، کامپیوتر و فناوری است. ذخیره‌سازی دانش شامل فرایندهایی نظیر مستندسازی، تدوین، طبقه‌بندی و به‌روزرسانی دانش است. محل ذخیره دانش ممکن است فرهنگ سازمانی، ذهن افراد یا فناوری سازمانی باشد (امانی، ۱۳۸۶: ۳).

تسهیم دانش: تسهیم دانش عبارت است از توزیع و پخش دانش بین افراد و پایگاه‌های دانش به‌طور مکانیزه و غیرمکانیزه و به‌صورت دوسویه. درصد بالایی از موفقیت مدیریت دانش، به تبادل و اشتراک صحیح دانش بستگی دارد (رادینگ، ۱۳۸۳: ۱۵).

به‌کارگیری دانش: بازیابی و استفاده از دانش در تصمیم‌گیری، حل مسئله، خودکارکردن و پشتیبانی کار، و مددکاری شغل و آموزش. بهره‌برداری و کاربرد دانش، به میزان به‌کارگیری دانش به‌اشتراک گذاشته‌شده در سازمان‌ها اشاره دارد (Liao et al, 2011: 729).

هرچند به ضرورت مدیریت دانش در صنایع خدماتی، به‌ویژه در شرکت‌های کوچک اذعان شده است (Zehrer, 2011: 54)، صنعت گردشگری در اتخاذ این رویکرد موفق نبوده است. یون (۲۰۰۴) معتقد است علت اینکه صنعت گردشگری و مهمان‌نوازی، راهبردهای مدیریت دانش را به‌آرامی اقتباس می‌کند، پیچیدگی گردشگری است و نیازمند مهارت‌های خاص در کاوش اطلاعات، آمار و دانش مدیریت گردشگری است (Hallin and Marnburg, 2007: 366). بعضی از پژوهشگران، ادبیات گردشگری را بررسی کرده‌اند؛ با این حال، نمونه‌های اندکی از به‌کارگیری مدیریت دانش در آن وجود دارد. استثنایی برای این موضوع وجود دارد که به بررسی کلی (Ruhanen and Cooper, 2003: 9)، بررسی تخصصی‌تر در مراکز اطلاع‌رسانی گردشگری (Carson and Adams, 2004: 7)، برای بخش واسطه‌های گردشگری (Gamble et al, 2001: 84) و در زمینه فرایند انتقال در گردشگری می‌پردازد (Zehrer, 2011: 51). مفاهیم مدیریت دانش در ادبیات، اغلب از دیدگاه تولیدی و چندملیتی ایجاد شده‌اند و بسیاری از جنبه‌های صنایع خدماتی را- که میان‌سازمانی و بر بنیان شبکه‌ها هستند- در نظر نمی‌گیرند. کوپر (۲۰۰۵) نشان می‌دهد با روندهای جدید در ادبیات و عملیات مدیریت دانش که تکنیک‌ها و دیدگاه‌های جدیدی ارائه می‌کنند؛ پژوهشگران در زمینه گردشگری و مدیریت دانش، باید تمرکز سنتی مدیریت دانش را- که فقط مدیریت دانش را در سازمان‌های انفرادی معتبر می‌داند- تغییر دهند (Hallin and Marnburg, 2007: 368). در پژوهش‌های گردشگری، تفکر مدیریت دانش باید گسترش یابد تا بتواند در مسائل میان‌سازمانی، در ذخیره و جریان دانش در شبکه‌های سازمانی مؤثر باشد. دیویدسون و واس، تعریف گسترده‌ای از مدیریت دانش را ارائه کرده‌اند که کوپر گردشگری را به آن اضافه کرده است. تعریف کوپر به شرح زیر است: «مدیریت دانش، به‌کارگیری دارایی باارزش دانش در سازمان (گردشگری) برای ایجاد مزیت رقابتی است» (Cooper, 2005: 51).

چالش بزرگ مدیریت دانش در گردشگری، مربوط به سطح کلان است (Zehrer, 2011: 54). اگر مدیریت دانش در سطح مقصدهای گردشگری به‌کار گرفته شود، تمرکز سطح خرد بر سازمان- که بر مدیریت دانش غالب است- نیازمند گسترش و بسط خواهد بود تا بتواند سرمایه و جریانات دانش درون شبکه‌های سازمان‌ها در مقصد گردشگری را دربرگیرد. مقصدها و سازمان‌های گردشگری قادر نیستند تا خود را از فشارها، پیامدها و تحولات محیط بیرونی مصون نگه دارند. این ویژگی نیز نیاز به یک سیستم مدیریت دانش در سراسر مقصد گردشگری که برای همه انواع سازمان‌ها در دسترس باشد را تأیید می‌کند تا زیرساخت لازم برای همکاری بین سازمان‌ها را فراهم آورد. مدیریت دانش، به‌عنوان نظامی مهم شناخته شده است که می‌توان با آن، از مدیریت بحران در زمان بحرانی حمایت کرد. با توجه به ویژگی‌های منحصربه‌فرد صنعت گردشگری در مقایسه با دیگر صنایع، سازمان‌های مسئول مدیریت بحران در مقصدهای گردشگری باید برای برخورد مؤثر با بحران، یک سیستم دانش مدیریت بحران ایجاد کنند.

با مطالعه حوادث، پاسخ‌ها و اقدامات مصوب و ارزیابی اثربخشی این پاسخ‌ها می‌توانیم راهبردها را برای مقابله با

حوادث مشابه در آینده توسعه دهیم. با وجود این، پیشرفت در این زمینه به علت نبود چارچوب مفهومی لازم برای توسعه دانش انباشته در مورد آثار و پاسخ‌های مؤثر به بحران‌ها اندک بوده است. سازمان‌ها به پیکربندی مجدد ساختار مدیریت دانش خود نیاز دارند تا بدین وسیله مطمئن شوند که دانش مناسب، در زمان مناسب در اختیار فرد مناسب قرار می‌گیرد. به منظور پاسخگویی به رویدادهای پیش‌بینی نشده به هنگام رخ دادن و بهبود سرعت و میزان بازسازی مناطق و کسب و کارها، بایستی یک سری از سیستم‌های پشتیبان تصمیم‌گیری یا سیستم مدیریت بحران مبتنی بر دانش از سطح ملی به سطح محلی و شرکت‌های فردی گردشگری به کار گرفته شود. به منظور توسعه و اجرای اثربخش راهبردهای بحران و بلایا، باید طیف گسترده‌ای از سهامداران مقصد، برای تلفیق زمینه‌های متفاوت دانششان با یکدیگر همکاری کنند. دو دلیل عمده برای تلفیق اصول مدیریت دانش در برنامه مدیریت بحران وجود دارد:

- صنعت گردشگری برخلاف بسیاری از صنایع دیگر، چندوجهی است و ترکیبی پیچیده از ذی‌نفعان متعدد دارد. در زمان بحران، تنها کوشش جمعی و هماهنگی این ذی‌نفعان به کاهش آثار منفی کمک خواهد کرد.
- چشم‌انداز کسب و کار گردشگری تحت‌الشعاع شرکت‌های مستقل کوچک - متوسط مقیاس قرار دارد که اغلب، ابزارها یا منابع کافی برای اثرگذاری بر برنامه بحران را ندارند (Billing and Chen, 2004: 27). در نتیجه، می‌توان استدلال کرد که تنها یک شبکه مشارکتی از سازمان‌ها قادر است فرایندها و راهبردهای مورد نیاز برای مدیریت شرایط بحرانی را فراهم آورد.

نقش مدیریت دانش در دستیابی به مدیریت بحران اثربخش است و مقصدهای گردشگری در کشور، بیش از همه در معرض بحران‌های طبیعی قرار دارند. از طرفی آگاهی مقصدها از اصول و قوانین پیشگیری و کنترل ویژه این گونه حوادث و به‌کارگیری آن در مراحل مختلف مدیریت بحران ضروری است. با توجه به همه این‌ها و همچنین با توجه به توزیع نظام‌مند دانش و اطلاعات بین سازمان‌ها به‌ویژه سازمان‌هایی که در پاسخگویی شرکت دارند، اصل بنیادین، دستیابی به درک مشترک از مسائل و انجام‌دادن هماهنگی‌های لازم بین‌سازمانی است و سازمان‌های مسئول مدیریت بحران و سازمان مدیریت مقصد، مسئولیت‌هایی بنیادین در مقابل مقصد دارند؛ بنابراین، پژوهش حاضر به ارزیابی عملکرد مدیریت دانش سازمان‌های مؤثر در مدیریت بحران شهر اردبیل می‌پردازد و براساس ادبیات نظری، کسب دانش، تولید دانش، ذخیره‌سازی دانش، تسهیم دانش و به‌کارگیری دانش را به‌عنوان مؤلفه‌های مدیریت دانش در نظر می‌گیرد. شاخص‌های به‌دست‌آمده از ادبیات، در جدول ۱ مشاهده می‌شوند.

جدول شماره ۱: مؤلفه‌ها و شاخص‌های مدیریت دانش

مؤلفه‌های مدیریت دانش	شاخص
جمع‌آوری اطلاعات محیطی	Yu et al., 2013; Hendriks, 2001; Vouros, 2003; Racherla and Hu, 2009; Cooper, 2005; Mistilis and Sheldon, 2006; Wang and Belardo, 2005
بررسی تجربیات گذشته	Racherla and Hu, 2009; Mistilis and Sheldon, 2006; ponis and koronis, 2012
کسب دانش	Danaee and Selseleh, 2010; Racherla and Hu, 2009; Ponis and koronis, 2012
جمع‌آوری اطلاعات از ادبیات حرفه‌ای	Yu et al, 2013; ponis and koronis, 2012
حضور در مجامع علمی - پژوهشی	Fugate et al, 2009; Liao and Wu, 2009; Massa and Testa, 2009
وجود گروه‌های مختلف بحث و گفت‌وگو	Massa and Testa, 2009; Danaee and Selseleh, 2010
توفان مغزی	الوانی و همکاران، ۱۳۸۶؛ ابراهیمی، ۱۳۸۸؛ Ponis and Koronis, 2012;
ایجاد پایگاه داده جدید	Ponis and Koronis, 2012; Alavi and leidner, 2001
تولید دانش از طریق شبیه‌سازی	(Ponis and Koronis, 2012
تولید دانش از آموخته‌ها و دانش موجود	Jia et al, 2012; Pyo et al, 2002; Cooper, 2005; Zhang et al, 2002; Ponis and Koronis, 2012; Lawson, 2003; Liao et al, 2011

ادامه جدول شماره ۱: مؤلفه‌ها و شاخص‌های مدیریت دانش

مؤلفه‌های مدیریت دانش	شاخص
	Zehrer, 2011; Hallin and Marnburg, 2007; Mistilis and Sheldon, 2006; Yang and Wang, 2004; Racherla and Hu, 2009
وجود پایگاه‌های داده	Racherla and Hu, 2009; Anand and Singh, 2011; Kraaijenbrink, 2012; Parent et al, 2014; کشاورزی و رضانی، ۱۳۸۹
حفظ نیروهای متخصص	Zehrer, 2011; Hallin and Marnburg, 2007; Yang and Wang, 2004; اجاقی، ۱۳۹۲; کشاورزی و رضانی، ۱۳۸۹
ذخیره‌سازی دانش	Danaee and Selseleh, 2010; Allameh et al, 2011; Fong and Choi, 2009; اجاقی، ۱۳۹۲
سازماندهی دانش‌های حساس	Racherla and Hu, 2009; Hendriks, 2001; Goldoni and Oliveira, 2010; Danaee and Selseleh, 2010; کشاورزی و رضانی، ۱۳۸۹; اجاقی، ۱۳۹۲
بازبینی و به‌روزرسانی	Cooper, 2005; Shaw and Williams, 2009; Yang and Wang, 2004; Lawson, 2003; Yu et al, 2013
برگزاری جلسات رسمی و غیررسمی	Racherla and Hu, 2009; Sigala and Chalkiti, 2014; Zhang et al, 2002; Yang and Wang, 2004; Yu et al, 2013; Shaw and Williams, 2009; Mistilis and Sheldon, 2006
شبکه‌های ارتباطی و سیستم‌های اطلاعاتی	Fawcett et al, 2007; Massa and Testa, 2009; Lin, 2008; ۱۳۹۱; صداقت، Lawson, 2003; Zehrer, 2011; ۱۳۹۱; صداقت،
تیم‌ها و گروه‌های کاری دانش	Hales, 2001; Mills and Smith, 2011; Nesheim and Tobiassen, 2011; Parent et al, 2014
عرضه دانش	Liao and Wu, 2009; Danaee and Selseleh, 2010
انجام‌دادن کار	Massa and Testa, 2009; Daroch and McNaughton, 2002; شفیع نیک‌آبادی، ۱۳۹۲
به‌کارگیری دانش	تطبيق فرایندها

محدوده مورد مطالعه

استان اردبیل در شمال غرب فلات ایران و شرق فلات آذربایجان، به شکل کشیده و طویل خود در جهت شمال - جنوب قرار گرفته است. استان اردبیل یک منطقه کوهستانی بوده و $\frac{2}{3}$ آن را بخش کوهستانی و $\frac{1}{3}$ آن را سرزمین‌های هموار و پست تشکیل می‌دهد. مرتفع‌ترین منطقه استان اردبیل بخش مرکزی آن است که توده آتشفشانی سبلان به عنوان بام آذربایجان در آن واقع شده است. شهر اردبیل مرکز استان بوده و با توجه به اینکه اردبیل از جمله زیباترین و پرجاذبه‌ترین شهرهای ایران به لحاظ تنوع آثار و جاذبه‌های طبیعی و تاریخی به شمار می‌رود، به منظور توسعه پایدار و یکپارچه، گرددشگری یکی از محورهای توسعه معرفی شده است. اردبیل به علت قرار داشتن در مسیر جاده ابریشم از رونق گرددشگری و اقتصادی مناسبی برخوردار بوده است.

اردبیل یکی از ۱۰ استان ایران در زمینه فراوانی وقوع حوادث طبیعی به شمار می‌آید و از جمله این حوادث در حوزه گرددشگری شهر اردبیل سیل، زلزله، کولاک و یخبندان، باد و طوفان، خشکسالی، آتش‌سوزی و انفجار و رانش زمین می‌باشد، آنچه سبب وقوع برخی از مخاطرات طبیعی در اردبیل می‌شود، قرار گرفتن آن در منطقه‌ای مرتفع و فعال از نظر زمین ساختی است. این وضع در منطقه سبلان بیشتر قابل ملاحظه است؛ از این رو، مخاطرات طبیعی از جمله زلزله نیز در اطراف این کوهستان بیشتر رخ می‌دهد. ساختار زمین شناسی اردبیل جوان می‌باشد. نزدیکی به محل برخورد دو صفحه اوراسیا و ایران موجب پیدایش گسل‌های بزرگ و بنیادی در این منطقه از کشور شده است. فعالیت این گسل‌ها سبب وقوع زلزله و گاهی بروز خسارات و ویرانی می‌گردد. گسل‌های شرق اردبیل، بزغوش، خلخال و آستارا از مهم‌ترین این گسل‌ها به شمار می‌روند. بررسی زلزله‌های بزرگ ۴۰ سال اخیر در اردبیل نشانگر وقوع تقریبی ۳ زلزله در هر سال است.



شکل شماره ۱: نقشه مسیرهای عمده گردشگری به استان اردبیل

روش پژوهش

این تحقیق در زمره پژوهش‌های کاربردی قرار می‌گیرد و نتایج آن، در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و نیز شورای هماهنگی مدیریت بحران کاربرد دارد. از آنجاکه این پژوهش، به روش پیمایش میدانی، به توصیف وضعیت جامعه مورد مطالعه می‌پردازد، در زمره تحقیقات توصیفی-پیمایشی قرار می‌گیرد. جامعه آماری شامل مدیران و کارشناسان صاحب‌نظر سازمان‌های مسئول مدیریت بحران در حوزه گردشگری شهر اردبیل است. با توجه به اینکه پاسخ به سؤالات این تحقیق، مستلزم آگاهی پاسخگویان از نحوه مدیریت بحران در مقصد گردشگری است، برای شناسایی جامعه آماری یعنی مدیران و کارشناسان خبره در سازمان‌های مسئول مدیریت بحران شهر اردبیل، از طریق شورای هماهنگی مدیریت بحران اردبیل اقدام شد؛ بنابراین، در این پژوهش، از روش نمونه‌گیری در دسترس استفاده شد که براساس آن، ۱۲۰ نفر از ۱۹ سازمان مؤثر بر مدیریت بحران شهر اردبیل برای پاسخگویی معرفی شدند. درنهایت، از ۱۱۰ پرسشنامه جمع‌آوری شده، ۸ پرسشنامه معیوب بودند و درنهایت، ۱۰۲ پرسشنامه برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد. به‌منظور سنجش روایی پرسشنامه محقق‌ساخته، دو نوع روایی محتوا و روایی سازه در نظر گرفته شد. اعتبار محتوای پرسشنامه با اتکا به نظرات استادان، صاحب‌نظران و متخصصان امر تأیید و اصلاحات لازم انجام گرفت و تحلیل عاملی تأییدی نیز برای روایی سازه تحقیق به‌کار رفت. محاسبه ضریب پایایی پرسشنامه و اطمینان از هماهنگی درونی ابزار اندازه‌گیری تحقیق با استفاده از آلفای کرونباخ انجام گرفت. ضریب آلفای کرونباخ برای متغیر مدیریت دانش ۰/۹۶ است که پایابودن پرسشنامه پژوهش را نشان می‌دهد. درنهایت، تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی و آزمون T و با بهره‌گیری از نرم‌افزارهای SPSS و LISREL انجام گرفت.

بحث و یافته‌ها

سیمای آزمودنی‌ها: پژوهش حاضر روی ۱۰۲ نفر از مدیران و کارشناسان ۱۹ سازمان درگیر در مدیریت بحران در حوزه گردشگری شهر اردبیل به انجام رسیده است.

جدول شماره ۲: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخگویان

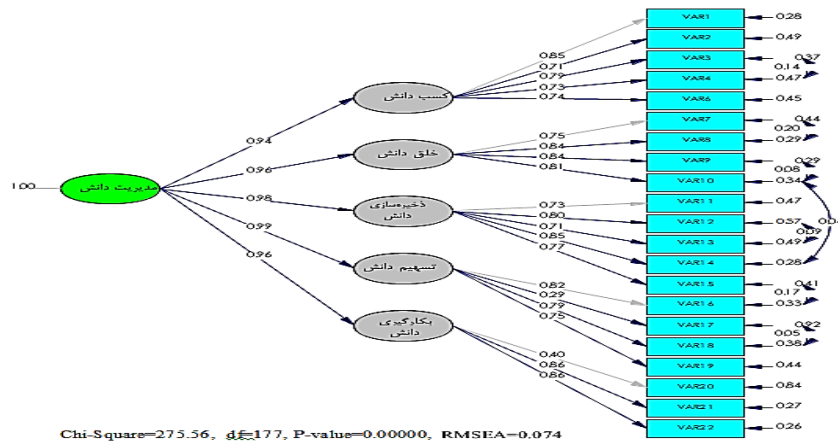
درصد	فراوانی	ویژگی جمعیت‌شناختی	
۵/۹	۶	بین ۳۰ تا ۳۱	سن
۴۳/۱	۴۴	بین ۳۱ تا ۴۰	
۴۴/۱	۴۵	بین ۴۱ تا ۵۰	
۶/۹	۷	بیشتر از ۵۰ سال	
۹/۸	۱۰	زن	جنسیت
۹۰/۲	۹۲	مرد	
۴۹	۵۰	کارشناسی	سطح تحصیلات
۵۱	۵۲	کارشناسی ارشد و بالاتر	
۱۲/۷	۱۳	کمتر از ۵ سال	سابقه خدمت
۱۷/۶	۱۸	بین ۶ تا ۱۰ سال	
۳۱/۴	۳۲	بین ۱۱ تا ۱۵ سال	
۱۶/۷	۱۷	بین ۱۶ تا ۲۰ سال	
۲۱/۶	۲۲	بیشتر از ۲۰ سال	
۵۸/۸	۶۰	کارشناس خبره	سمت
۲۴/۵	۲۵	مدیر	
۱۰/۸	۱۱	معاون	
۵/۹	۶	مدیر ارشد	

شاخص‌های روایی، پایایی: جدول ۳ شاخص‌های روایی و پایایی را نشان می‌دهد. با کمک شاخص میانگین واریانس مشخص شد که تمامی سازه‌های مورد مطالعه، دارای میانگین واریانس بالاتر از ۰/۵ هستند. برای بررسی پایایی پرسشنامه، از شاخص‌های پایایی ترکیبی (CR) و آلفای کرونباخ استفاده شد که لازمه تأیید پایایی، بالاتر بودن این شاخص‌ها از مقدار ۰/۶ است. تمامی این ضرایب بالاتر از ۰/۶ است که نشان از پایایی ابزار اندازه‌گیری دارد. جدول ۵، میانگین پاسخ‌ها را نشان می‌دهد.

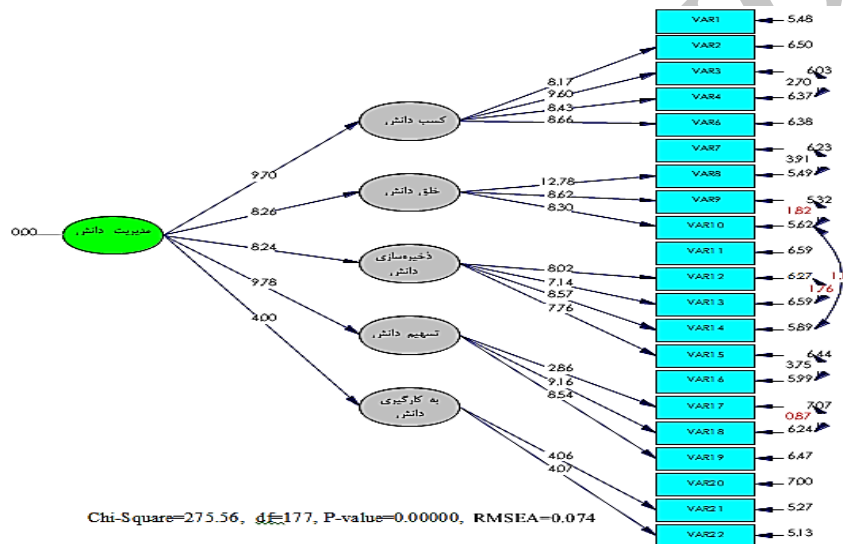
جدول شماره ۳: شاخص‌های روایی، پایایی

متغیرهای پنهان	AVE	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ
کسب دانش	۰/۶۸۰	۰/۹۱۴	۰/۸۸۲
خلق دانش	۰/۷۷۳	۰/۹۳۱	۰/۹۰۱
ذخیره‌سازی دانش	۰/۶۷۷	۰/۹۱۳	۰/۸۸۰
تسهیم دانش	۰/۷۵۳	۰/۹۰۱	۰/۸۳۶
به‌کارگیری دانش	۰/۶۴۱	۰/۹۳۵	۰/۶۹۹
مدیریت دانش در مقصد گردشگری	۰/۸۹۷	۰/۹۶۷	۰/۹۶۳

تحلیل عاملی تأییدی: نتایج تحلیل عاملی نشان می‌دهد که تمامی شاخص‌های مربوط به مدیریت دانش از مقادیر تی (بیشتر از ۱/۹۶) و بار عاملی (بیشتر از ۰/۳) مورد قبولی برخوردارند و برای سنجش متغیر مدیریت دانش، شاخص‌های مناسبی به‌شمار می‌آیند.



نمودار شماره ۱: مدل تحلیل عاملی تأییدی (تخمین استاندارد)



نمودار شماره ۲: مدل تحلیل عاملی تأییدی (معناداری ضرایب)

آزمون فرضیه‌ها: با توجه به انتخاب طیف عددی (۱ تا ۵) برای سؤالات تشکیل دهنده متغیر پژوهش، باید مقادیر حاصل از نظرات پاسخگویان را بررسی کرد تا روشن شود آیا میانگین پاسخ‌های ایشان به‌طور متوسط با ۳ (عدد وسط طیف) تفاوت معناداری دارد یا خیر؛ بنابراین، از آزمون مقایسه میانگین تک‌نمونه‌ای استفاده شده است که نتایج آن در جدول ۴ مشاهده می‌شود.

جدول شماره ۴: نتایج آزمون t تک‌نمونه‌ای برای مدیریت دانش

میانگین	انحراف استاندارد	آماره t	درجه آزادی	سطح معناداری	نتیجه ارزیابی
۰/۶۸۱	۰/۹۸۵	۳/۲۷۵	۱۰۲	۰/۰۰۱	ضعیف

جدول شماره ۵: نتایج آزمون t تک‌نمونه‌ای برای مؤلفه‌های مدیریت دانش

میانگین	انحراف استاندارد	آماره t	درجه آزادی	سطح معناداری	نتیجه ارزیابی
۲/۶۶۲۷	۰/۹۳۱۳	-۳/۶۵۷	۱۰۱	۰	ضعیف
۲/۶۲۵	۱/۰۸۸۱۶	-۳/۴۸	۱۰۱	۰/۰۰۱	ضعیف
۲/۵۴۵۱	۰/۹۹۸۶۸	-۴/۶	۱۰۱	۰	ضعیف
۲/۹۴۸۵	۱/۴۳۵۶۴	-۰/۳۶۲	۱۰۱	۰/۷۱۸	ضعیف
۲/۶۵۳۶	۱/۴۵۰۲۵	-۲/۴۱۲	۱۰۱	۰/۰۱۸	ضعیف

نتیجه آزمون تی تک‌نمونه‌ای نشان می‌دهد میانگین حاصل، پایین‌تر از حد متوسط است (میانگین پاسخ‌ها کمتر از ۳ است)؛ بنابراین، فرض صفر مبنی بر برابری یا بزرگ‌تر بودن میانگین از ۳ رد می‌شود (سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ شده است). از سوی دیگر، مقدار آماره t از مقدار بحرانی تک‌دنباله $1/645-$ کمتر است؛ بنابراین، فرض آزمون تک‌دنباله مبنی بر میانگین پاسخ‌های کوچک‌تر از ۳ تأیید می‌شود؛ بنابراین، می‌توان گفت که وضعیت مدیریت دانش و تمامی مؤلفه‌هایش در سازمان‌های مؤثر بر فرایند مدیریت بحران شهر اردبیل از دید پاسخگویان در این تحقیق، نامطلوب و ضعیف است و در نتیجه، فرضیه محققان تأیید می‌شود.

نتیجه‌گیری

با توجه به ویژگی‌های منحصربه‌فرد صنعت گردشگری، سازمان‌های مسئول مدیریت بحران در مقصد گردشگری می‌توانند مدیریت خود را با به‌کارگیری اصول مدیریت دانش و از طریق کسب، انتشار و به‌کارگیری دانش ضروری بهبود ببخشند. با وجود این، بررسی حوزه گردشگری شهر اردبیل نشان داد وضعیت مدیریت دانش در سازمان‌های مسئول مدیریت بحران شهر اردبیل ضعیف است. ذخیره‌سازی دانش و تجربه به‌مثابه یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های مدیریت دانش و با بیشترین بار عاملی بعد از تسهیم دانش، در حوزه گردشگری شهر اردبیل در پایین‌ترین سطح است. در این زمینه، سازمان‌ها باید از طریق ایجاد پایگاه داده با مشارکت سازمان‌های مذکور، شناسایی و حفظ نیروهای متخصص، مستندسازی اطلاعات، سازماندهی دانش‌های حساس و بازبینی و به‌روزرسانی اطلاعات، در راستای تقویت ذخیره‌سازی دانش اقدام کنند. بعد از ذخیره‌سازی دانش، وضعیت مدیریت دانش از لحاظ تولید دانش، ضعیف ارزیابی شده است. تولید دانش، مؤلفه مؤثر ارتقای مدیریت دانش بعد از ذخیره‌سازی آن است که از طریق کشف یا ترکیب مجدد دانش موجود، شبیه‌سازی یا جلسات هم‌اندیشی صورت می‌گیرد. پس از خلق دانش، به‌کارگیری دانش به‌معنای استفاده از دانش کسب‌شده به شیوه‌ای ارزشمند در جهت مدیریت مؤثر بحران ضعیف ارزیابی شده است. سازمان‌های مذکور باید تلاش کنند تا دانش موجود را به شکلی مفید در جهت مدیریت مؤثر بحران به‌کار ببرند. دانشی که به‌کار گرفته نشود، هیچ ارزشی ندارد. پس از به‌کارگیری، مسئله بعدی کسب دانش است. مطابق نتایج، سازمان‌ها در زمینه شاخص‌های معرفی‌شده برای کسب دانش (جمع‌آوری اطلاعات محیطی، بررسی تجربیات گذشته، مشاوره با کارشناسان، جمع‌آوری اطلاعات از ادبیات حرفه‌ای، حضور در مجامع علمی- پژوهشی و تشکیل گروه‌های مختلف بحث و گفت‌وگو) ضعیف عمل کرده‌اند و در آخر تسهیم دانش قرار دارد. با توجه به اینکه براساس یافته‌ها، تسهیم دانش مؤثرترین مؤلفه ارتقای مدیریت دانش است، سازمان‌ها باید با برگزاری جلسات رسمی و غیررسمی، به‌کارگیری شبکه‌های ارتباطی و سیستم‌های اطلاعاتی، تیم‌ها و گروه‌های دانشی و عرضه دانش، در راستای تقویت تسهیم دانش اقدام کنند. سیستم‌های فناوری اطلاعات، با ارائه کانال‌هایی برای تعامل بین سازمان‌ها، اجازه جریان دانش را می‌دهند و برای مقصد گردشگری با ویژگی‌های منحصربه‌فرد ذکرشده برای جریان دانش و تعامل مناسب‌اند؛ بنابراین، با توجه به بررسی‌ها در حوزه گردشگری شهر اردبیل، مدیریت دانش در مقصد گردشگری، به‌دلیل ماهیت چندبخشی و ناهمگن ولی به‌هم‌وابسته سازمان‌ها، با مسائل خاصی مواجه است. هر سازمان روش خاصی برای پردازش اطلاعات و حفظ دانش دارد و به این ترتیب، انتقال دانش، کاری پیچیده است. علاوه‌براین، ماهیت توزیع دانش در هر سازمان و در میان سازمان‌های مختلف، از به‌اشتراک‌گذاری دانش در بین سازمان‌ها جلوگیری می‌کند. موقعیت‌های بحرانی نیز با ارائه سناریوهای ناشناخته، پیچیدگی مدیریت دانش را افزایش می‌دهند. بخشی از چالش‌ها مربوط به شناسایی اهداف و ارائه دانش مربوط به پرسنل مناسب در مکان درست و زمان مناسب است. اگرچه این امر ساده به‌نظر می‌رسد، واقعیت این است که سازمان‌ها در تلاش برای مدیریت کردن دانش مورد نیاز برای مدیریت بحران با چالش‌های بسیاری روبه‌رو هستند.

پژوهش حاضر، با تحقیقات وانگ و بلاردو (۲۰۰۹) که بر نقش مدیریت دانش در دستیابی به مدیریت بحران اثربخش تأکید دارند و راجرلا و هو (۲۰۰۹) که به‌منظور افزایش اثربخشی برنامه‌ریزی و مدیریت بحران، یک چارچوب مدیریت مبتنی بر دانش ارائه داده‌اند، هم‌راستا است. همچنین تحقیق حاضر، با نتایج تحقیق عباسی و کیاجوری (۱۳۹۴)

تطابق دارد که در بررسی وضعیت فرایند مدیریت دانش در صنعت جهانگردی به این نتیجه رسیدند که مراحل ایجاد و ذخیره‌سازی دانش، دارای وضعیت ایده‌آل نیستند و با وضعیت مطلوب، فاصله نسبتاً زیادی دارند و همچنین اینکه وضعیت اشتراک و به‌کارگیری دانش در حد متوسط قرار دارد. همچنین نتایج پژوهش حاضر با تحقیق تقی‌زاده و همکاران (۱۳۸۹) هماهنگ است که میزان به‌کارگیری فرایند مدیریت دانش در سازمان خدماتی را ارزیابی کردند و نشان دادند بین وضع موجود و مطلوب پنج مرحله اصلی مدیریت دانش در سازمان مورد بررسی، فاصله زیادی وجود دارد.

به‌خاطر بعضی محدودیت‌ها مانند همکاری نکردن گروهی از سازمان‌ها به‌دلیل محرمانه‌دانستن اطلاعات و کمبود تحقیقات مشابه درمورد رابطه مدیریت دانش با فرایند مدیریت بحران در مقصد گردشگری، مقایسه نتایج این پژوهش با نتایج تحقیقات دیگر با مشکل مواجه شد. به‌هرحال، با توجه به نتایج، پیشنهادهای زیر به‌منظور تقویت مدیریت دانش در مقصد گردشگری ارائه می‌شود:

- تشکیل گروه‌های دانشی با مشارکت اعضای سازمان‌های مسئول مدیریت بحران، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، انجمن‌ها و کسب‌وکارهای گردشگری؛
- ترسیم و اجرای فرایند مدیریت دانش از طریق کسب، خلق، ذخیره‌سازی، تسهیم و به‌کارگیری دانش توسط سازمان‌های مورد مطالعه؛
- طراحی و پیاده‌سازی یک سیستم یکپارچه برای برقراری ارتباط شبکه‌ای بین سازمان‌های معرفی شده در این پژوهش، به‌گونه‌ای که امکان ارتباط چندجانبه را میسر سازد؛
- تشکیل پایگاه ذخیره و حفظ دانش مدیریت بحران با مشارکت سازمان‌های مورد مطالعه و بازنگری و به‌روزرسانی اطلاعات طی دوره. همچنین شناسایی متخصصان در هر حوزه؛
- به‌کارگیری مؤلفه‌های مدیریت دانش ذکر شده در تحقیق، توسط سازمان‌های مورد مطالعه برای ارتقای نقش کارا و مؤثر مدیریت دانش در مدیریت بحران.

منابع

۱. ابراهیمی، مهدی (۱۳۸۸) الگوی تبیین سرمایه معنوی، رساله دکتری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی.
۲. اجاقی، حامد؛ سنجقی، محمد ابراهیم و اخوان، پیمان (۱۳۹۲) طراحی مدل تعاملی گونه‌های فرهنگ سازمانی و فرایندهای مدیریت دانش، فصلنامه پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی، دوره ۵، شماره ۱، صص. ۴۲-۲۳.
۳. اخوان، پیمان و درویش‌زاده، مرضیه (۱۳۹۰) ارائه چارچوب مدیریت بحران مبتنی بر مکاتب فکری مدیریت دانش اپریل در بحران زلزله، فصلنامه علمی پژوهشی پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران، دوره ۲۷، شماره ۱، صص. ۱۷۰-۱۴۳.
۴. افزاره، عباس (۱۳۸۶) مدیریت دانش (مفاهیم، مدل‌ها، اندازه‌گیری و پیاده‌سازی)، چاپ دوم، تهران: انتشارات دانشگاه صنعتی امیرکبیر.
۵. امانی، مرتضی (۱۳۸۶) بررسی مقایسه‌ای میزان پیاده‌سازی فرایند مدیریت دانش در مراکز خدماتی دولتی و خصوصی، مقاله برگزیده اولین کنفرانس ملی مدیریت دانش، تهران.
۶. تقی‌زاده، هوشنگ؛ سلطانی فسقندیس، غلام‌رضا؛ مهدی‌لو، روح‌الله (۱۳۸۹) بررسی میزان بکارگیری فرایند مدیریت دانش در یک سازمان خدماتی، فراسوی مدیریت، سال ۳، شماره ۱۲، صص. ۴۸-۳۳.
۷. رادینگ، آلن (۱۳۸۳) مدیریت دانش، ترجمه محمد حسین لطیفی. تهران: انتشارات سمت.
۸. شفیعی نیک‌آبادی، محسن (۱۳۹۲) چارچوبی برای فرایندهای مدیریت دانش در زنجیره تامین، فصلنامه پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران، شماره ۳، صص. ۶۴۲-۶۱۱.
۹. صداقت، مریم (۱۳۹۱) رابطه بین مدیریت دانش و عملکرد سازمانی در صنعت هتلداری هتل‌های ۵ و ۴ ستاره شهر تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت، دانشگاه علامه طباطبایی.
۱۰. عباسی، مریم و کیاچوری، داود (۱۳۹۲) مطالعه و بررسی وضعیت فرایند مدیریت دانش در صنعت جهانگردی (مطالعه موردی: هتل‌های ۴ ستاره اردبیل)، دومین همایش ملی علوم مدیریت نوین، گرگان، صص. ۱۴-۱.

۱۱. کشاورزی، علی و رمضانی، یوسف (۱۳۸۹) بررسی رابطه بین فرایند مدیریت دانش و شاخص‌های فرهنگ سازمانی از دیدگاه رایبیز، چشم‌انداز مدیریت دولتی، دوره ۱، شماره ۳، صص ۲۵-۴۶.
۱۲. الوانی، سید مهدی؛ ناطق، تهمینه؛ فراچی، محمد مهدی (۱۳۸۶) نقش سرمایه اجتماعی در توسعه مدیریت دانش سازمانی، فصلنامه علوم مدیریت، دوره ۲، شماره ۵، صص ۳۵-۷۰.
13. Alavi, M., & Leidner, D. E. (2001) Review: Knowledge management and knowledge management systems: Conceptual foundations and research issues, *MIS quarterly*, Vol. 25, No1, pp.107-136.
14. Allameh, S. M., & Zare, S. M. (2011) Examining the impact of KM enablers on knowledge management processes, *Procedia Computer Science*, No.3, pp.1211-1223.
15. Anand, A., & Singh, M. D. (2011) Understanding Knowledge Management: a literature review, *International Journal of Engineering Science and Technology*, Vol 3 No .2, pp.926-939.
16. Baggio, R., Scott, N., & Cooper, C. (2010) Network science: A review focused on tourism. *Annals of Tourism Research*, Vol 37, No.3 ,pp. 802-827.
17. Billing, P., & Chen, R. J. C. (2004) Bridging the gap: Towards a knowledge-based development model for tourism SMEs, In annual conference of the International Society of Travel and Tourism Educators, Hong Kong, SAR, China, September, pp. 26-28.
18. Blackman, D., Kennedy, M., & Ritchie, B. (2011) Knowledge management: the missing link in DMO crisis management, *Current Issues in Tourism*, Vol.14, No.4, pp.337-354.
19. Carson, D. and Adams, K. (2004) Strategic knowledge management in tourism: effectiveness and constraints, in Cooper, C., Arcodia, C., Solnet, D. and Whitford, M. (Eds), *Creating Tourism Knowledge, Common Ground*, Melbourne, pp. 5-18.
20. Cooper, C. (2005). Knowledge management and tourism, *Annals of tourism research*, Vol 33. No1. pp.47-64.
21. Danaee, F., & Selseleh, F. (2010) Measuring Knowledge Management Cycle: Evidence from Iran, *European Journal of Scientific Research*, Vol 41, No.2, pp.297-309.
22. Darroch, J., & McNaughton, R. (2002) Examining the link between knowledge management practices and types of innovation, *Journal of intellectual capital*, Vol 3, No.3, pp.210-222.
23. Davenport, T. H., & Prusak, L. (1998) *Working knowledge: How organizations manage what they know*. Harvard Business Press.
24. Faulkner, B. (2001). Towards a framework for tourism disaster management, *Tourism Management*, Vol 22, No.2, pp.135-147.
25. Fawcett, S. E., Osterhaus, P., Magnan, G. M., Brau, J. C., & McCarter, M. W. (2007) Information sharing and supply chain performance: the role of connectivity and willingness. *Supply Chain Management: An International Journal*, Vol 12, No.5, pp.358-368.
26. Fong, P. S., & Choi, S. K. (2009) The processes of knowledge management in professional services firms in the construction industry: a critical assessment of both theory and practice, *Journal of Knowledge Management*, Vol 13, No.2, pp.110-126.
27. Fugate, B. S., Stank, T. P., & Mentzer, J. T. (2009) Linking improved knowledge management to operational and organizational performance, *Journal of Operations Management*, Vol 27, No.3, pp.247-264.
28. Gamble, P., & Chalder, M. & Stone, M. (2001) Customer knowledge management in the travel industry, *Journal of Vacation Marketing*, Vol7, No1, pp. 83-91.
29. Goldoni, V., & Oliveira, M. (2010) Knowledge management metrics in software development companies in Brazil, *Journal of Knowledge Management*, Vol 14, No.2, pp.301-313.
30. Hales, Steve. (2001) Dimensions knowledge and Its Management, It's Available at: www.insighting.co.uk.