



نقش مدیریت دانش سازمان و مدیریت دانش مشتریان در مدیریت بحران

عالیه شیخ

مدرس دانشگاه پیام نور واحد آق قلا

a-sheikh@yahoo.com

رسول حسام

دانشجو مقطع دکتری رشته جغرافیا و برنامه ریزی شهری

Rasol-hesam@yahoo.com

مریم نصرالله پور خوشابی

مدرس دانشگاه آزاد واحد ساری

M_nasroplapor@yahoo.com

خدیجه خطیری

مدرس دانشگاه پیام نور واحد گرگان

Kh_nilo78@yahoo.com

چکیده

امروزه با پیشرفت تکنولوژی و فناوری اطلاعات سازمان هایی که در کاهش و یا جلوگیری از بحران ها نقش دارند، دیگر قادر نیستند از روش های سنتی در مقابل بحران ها موفق باشند بلکه اجرای مراحل مدیریت بحران کاهش، آمادگی، پاسخ، بازگشت و بازسازی نیازمند داشتن دانش متناسب با هر اقدامی می باشد و دانشی از بکارگیری بهترین نحوه از مجموع اطلاعات موجود می باشد. رویکرد مدیریت دانش با تلفیق فناوری مداری و انسان مداری این امکان را به ما می دهد که بتوانیم در مواجهه با بحران ها موثرتر و کارآمدتر مدیریت کنیم. هدف پژوهش حاضر بررسی نقش مدیریت دانش سازمان و مشتریان در مدیریت بحران از دید کارشناسان و مدیران بحران استان گلستان می باشد. پژوهش از نوع توصیفی پیمایشی بوده و روش نمونه گیری تصادفی بوده است. ابزار پژوهش پرسشنامه محقق ساخته بوده است و برای تجزیه و تحلیل از نرم افزار **spss** و آزمون آماری تی استفاده شده است. نتایج نشان داد از دید کارشناسان استفاده از مدیریت دانش سازمانی و همچنین مدیریت دانش مشتریان در مدیریت بحران بسیار حائز اهمیت میباشد.

واژگان کلیدی: مدیریت دانش سازمان، مدیریت دانش مشتریان، مدیریت بحران



مقدمه

امروزه مدیریت دانش سازمانی و مدیریت دانشمشریان به خوبی به عنوان یک ابزار رقابتی مناسب، در جهت کسب موفقیت در اقتصاد دانش محور مطرح شده است. به گونه ای که بسیاری از سازمان ها اقدام به پیاده سازی و استفاده از آنها نموده اند. پیاده سازی مدیریت دانش سازمانی و مدیریت دانش مشتریان به صورت جامع و فراگیر سازمان را تحت تاثیر خود قرار می دهد. به نحوی که این مهم در هر سه حوزه ساختار سازمانی، تکنولوژی و فرهنگ سازمانی انجام می شود. پس از شناخت وضعیت سازمان در این سه حوزه، مهمترین اقدام، شناخت از وضعیت ریسک مدیریت دانش سازمان مذکور می باشد. به نحوی که در تمامی بخش های سازمانی ریسک چگونگی تولید، انتشار، انباشت و ذخیره سازی انواع دانشمطالعه و بررسی شود. در واقع تنها زمانی سازمان نتایج مطلوبی از استفاده از مدیریت دانش سازمانی و مدیریت دانشمشریان کسب می کند، که با شناخت کامل و دقیق وضعیت دانشی، اقدام به برنامه ریزی و پیشبرد اهداف کرده باشد. مردم در سراسر جهان همه روزه با وقایعی روبرو می شوند که به منجر به مرگ، آسیب، تخریب اموال و اختلال در فعالیتهای روزانه خواهند شد. که بعضی از این حوادث طبیعی همانند سیل، زلزله، طوفان، سونامی، خشک سالی و... و بعضی غیر طبیعی و ساخته دست بشر مانند حوادث صنعتی، هسته ای، کامپیوتری، حمل و نقل، جنگها و... می باشند که اثرات نامطلوبی بر افراد، گروهها، جوامع و حتی ملت ها دارند(جباری،۱۳۸۸).

بشر همواره در هر برهه از زمان و در طول تاریخ، برای مقابله با این حوادث و بحرانها، شیوه های متناسب با امکانات موجود در جامعه به کار برده است. که با صنعتی شدن جوامع و گسترش تکنولوژی نه تنها این حوادث و بحرانها کاهش پیدا نکرده بلکه افزایش یافته و در نتیجه ماهیت مقابله با آن نیز پیچیده تر و دشوارتر گردیده است بطوریکه بدون اتکا به فنون علمی و دانش امکان مقابله با آن مشکل و یا غیر ممکن می باشد(پورحیدری،۱۳۸۹). یکی از موضوعات مهم مطرح شده در عصر جدید مفهوم مدیریت دانش است؛ مفهومی که هیجان ایجاد کرده و باعث بحث و مناظره های فراوان شده است. مدیریت دانش رویکردی است که به سرعت در حال تکامل است و به چالش های اخیر برای افزایش کارایی و بهبود اثر بخشی 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 عملکرد سازمانی و دسترسی به مزیت رقابتی پایدار، عنصری مهم تلقی می شود (داونپورت،۲۰۰۱).

بحران: صاحب نظران حوزه های مختلف دانش بشری از بحران تعریف خاصی ارائه نموده اند که به نظر بوث بحران، موقعیتی است که افراد گروهها و سازمانها با آن روبرو می شوند و با استفاده از رویه های مورد عمل معمول، قادر به مقابله با آن نیستند، بروز استرس فراوان ناشی از تغییرات ناگهانی، در ذات چنین موقعیت هایی نهفته است. عبارت دیگر بحران، یک موقعیت فوریتی که نیاز آتی به تغییر ایجاد می کند. این تغییرات می تواند در برنامه، رفتار، سیاست ها، و سازماندهی دولتی یا نهادی باشد، مانند کودتای سیاسی.

مدیریت بحران: به مجموعه طرحها و روشهای پیشرفته و خاصی گفته می شود، که جهت پیشگیری و مهار بحران مورد استفاده قرار می گیرد(نودل،۱۹۸۸).

از آنجا که بدون وجود مدیریت بحران و برنامه ای برای هدف های ضروری، در دوره های بلند مدت و کوتاه مدت(یا در هر دو دوره) بحرانهای شدید ایجاد شده و روابط از بین می رود، و هیچ سازمانی مصون نخواهد ماند(جک کاتزچاک، ترجمه پارسائیان ۲۰۰۲) لذا این نگاه مدیریت بحران را مهم نموده است. بعضی معتقدند مدیریت بحران همان مدیریت ریسک می باشد در صورتیکه این دو با هم تفاوت دارند بطوریکه مدیریت ریسک فرایندی با استفاده از عوامل اقتصادی اجتماعی و سیاسی جهت حداقل رساندن خسارات حوادث در جامعه است. اما مدیریت بحران با بکار گیری همه اجزای مدیریت بحران برای

¹ Davenport-



اجرای مدیریت ریسک بطوریکه شامل همه آسیب‌ها در سطوح ملی- دولتی و خصوصی و هماهنگ سازی آن جهت کاهش آسیب و بازسازی آن با استفاده از چهار مرحله مدیریت بحران (۱-پیشگیری-۲-آمادگی-۳-مقابله-۴-بازسازی) می‌باشد.

مرحل چهارگانه مدیریت بحران

- ۱- پیشگیری: این مرحله شامل هر فعالیتی است که از بروز فوریت پیشگیری می‌کند. این فعالیت‌ها در صد بروز فوریت یا خسارت ناشی از آن را کاهش می‌دهد. فعالیتهای مرحله پیشگیری باید مدتها پیش از بروز فوریت مورد توجه قرار گیرند.
- ۲- آمادگی: این مرحله در برگیرنده برنامه‌های حصول اطمینان از کارآمدی و موثر بودن مرحله پاسخ است. هدف از این مرحله به حداقل رساندن خسارت‌ها می‌باشد.
- ۳- پاسخ: اولین مرحله بعد از وقوع فوریت یا سانحه اجرا می‌شود. این مرحله شامل کلیه اقدامات جستجو و نجات، امداد، پناه دهی و درمان است تا علاوه بر حفاظت از جان و مال و امنیت مردم و جامعه امکان به وقوع پیوستن صدمات ثانویه را کاهش دهد.
- ۴- بازگشت و بازسازی: فعالیتهای این مرحله شامل اقدامات لازم برای اصلاح و تعمیر همه سیستم‌ها، بازگشت به حالت عادی است.

مدیریت دانش

اغلب کتاب‌های مربوط به حوزه‌ی تکنولوژی با تعدادی تعریف شروع می‌شود، اما تعریف مدیریت دانش کار آسانی نیست. نویسندگان مختلف از دیدگاه‌های مختلف و با رویکرد‌های متفاوت و انگیزه‌های گوناگون، به تعریف مدیریت دانش پرداخته‌اند. اغلب، مدیریت دانش به طور کلی تعریف شده و آن را به عنوان هر آنچه که سازمان برای داشتن نحوه‌ی انجام وظایف و فعالیت‌هایش نیاز دارد، تعریف کرده‌اند. این تعریف از مدیریت دانش، شامل دانش رسمی، قوانین برنامه‌ها و رویه‌ها و دانش فنی ناملموس، مهارت‌ها و تجارب افراد است. همچنین تعریف بالا از مدیریت دانش، شامل روش انجام کار توسط سازمان‌ها، ارتباط، تجزیه و تحلیل موقعیت، آرایه‌ی راه‌حل‌های جدید برای مسائل و توسعه‌ی روش‌های جدید انجام کسب و کار است. علاوه بر آن، تعریف بالا شامل مباحث فرهنگی، قومی و ارزش‌ها و روابط با تامین‌کنندگان و مشتریان نیز هست (جعفری مقدم، ۱۳۸۲).

مدیریت دانش، شامل همه‌ی روش‌هایی است که سازمان، دارایی‌های دانش خود را اداره می‌کند که شامل چگونگی جمع‌آوری، ذخیره‌سازی، انتقال، بکارگیری، به‌روزسازی و ایجاد دانش است (ویکراماسینگل، ۲۰۰۷). & دانشگاه مدیریت دانش تگزاس، مدیریت دانش را اینگونه تعریف می‌کند: مدیریت دانش، فرایند سیستماتیک و نظام‌مند کشف، انتخاب، سازماندهی، تلخیص و ارائه‌ی اطلاعات است؛ به گونه‌ای که شناخت افراد را در حوزه‌ی مورد علاقه‌اش بهبود می‌بخشد. مدیریت دانش به سازمان کمک می‌کند تا از تجارب خود، شناخت و بینش بدست آورد و فعالیت خود را بر کسب ذخیره‌سازی و استفاده از دانش متمرکز کند تا بتواند در حل مشکلات، آموزش پویا، برنامه‌ریزی راهبردی و تصمیم‌گیری، از این دانش بهره‌گیری کند. مدیریت دانش نه تنها از زوال دارایی‌های فکری و مغزی جلوگیری می‌کند، بلکه به طور مداوم بر این ثروت می‌افزاید. مدیریت دانش، رسیدن به اهداف سازمانی از طریق ایجاد انگیزه در کارگران دانش و ایجاد تسهیلات برای آنها با توجه به استراتژی شرکت است تا توانایی آنها برای تفسیر داده‌ها و اطلاعات (با استفاده از نتایج موجود اطلاعات، تجربه، مهارت‌ها، فرهنگ، شخصیت، خصوصیات فردی، احساسات و غیره) از طریق معنا بخشی به داده‌ها و اطلاعات افزوده شود. مدیریت دانش، مدیریت صریح و سیستماتیک دانش حیاتی و فرایندهای مربوط به ایجاد، سازماندهی، انتشار و استفاده و اکتشاف دانش است (درکر، ۱۹۹۳).

² - Wickramasinghe

³ - Drucker

مدیریت دانش سازمانی

با ظهور مدیریت دانش به عنوان یک دیسیپلین ارزشمند، محصولاتی با نام سیستم‌های مدیریت دانش، برای سازمان‌ها، پا به عرصه وجود گذاشتند. تحت نام سیستم مدیریت دانش (KMS)، مجموعه بسیار گسترده و متنوعی از محصولات، ارائه می‌شود که بخش عمده‌ای از آن‌ها را نمی‌توان یک سیستم مدیریت دانش واقعی به حساب آورد؛ برای این که دریا بیم یک سیستم مدیریت دانش سازمانی چیست، بهتر است به جنبه‌های دیگر مدیریت دانش نیز نگاه متوازی داشته باشیم: مدیریت دانش، در حقیقت، به توانمندی‌ها و قابلیت‌های از سازمان در تولید ارزش از دانش اشاره دارد که حوزه‌های زیر در آن نقشی پررنگ دارند. به این ترتیب، می‌توان دریافت، اگرچه مدیریت دانش، به هیچ وجه مقوله‌ای تکنولوژی-محور نیست، اما استفاده از تکنولوژی مناسب، در به هدف رسیدن پروژه‌های مدیریت دانش به عنوان یک ضرورت مطرح می‌شود. از این رو، برخی سازمان‌ها همواره برای اجرای پروژه‌های KM به دنبال سیستم‌های مدیریت دانش می‌گردند. این جا، جایی است که مشکلات آغاز می‌شود از آن جایی که مدیریت دانش، فعالیت‌ها و تکنیک‌های بسیاری را پوشش می‌دهد، عبارت «سیستم مدیریت دانش» نیز چنین حالتی به خود می‌گیرد. سازمان، بدون تعریف و مرزبندی قابلیت‌های یک چنین سیستمی مطمئناً در ایجاد مدیریت دانش سازمانی دچار سردرگمی می‌شود.

خطری که در پی این سردرگمی، سازمان را تهدید می‌کند، خرید راهکارهای تکنولوژی، بدون درک عمیق و صحیح از قابلیت‌ها و توانمندی‌های سازمان و نقاط مستعد برای محصولات تکنولوژی دانش است (شفیعی زاده، ۱۳۹۲).

مدیریت دانش مشتری

ظهور فن آوری اطلاعات نه تنها باعث ایجاد علاقه به نحوه دستیابی، ثبت و استخراج داده‌ها شده است، بلکه در مورد دانش و نحوه مدیریت آن نیز ایجاد علاقه می‌نماید (اصلائی، ۲۰۰۳) در جامعه فرا صنعتی، دانش یک منبع کلیدی از اقتصاد است. تقاضای روز افزون مشتریان برای بهبود کیفیت و نوآوری در محصولات تبدیل به فشار بر روی شرکت‌ها شده است. به همان صورت نیز بروز تهدیدها از جانب رقبای جهانی، آنها را مجبور به کاهش قیمت محصولات و خدمات نموده است. این چالش‌های مربوط به بهبود کیفیت و نوآوری و فشار روز افزون برای کاهش قیمت محصولات شرکت‌ها ملزم به طراحی دوباره فرآیندهای تجاری خود کرده است. (Dous et al. 2005) در اقتصادی که تنها اطمینان آن وجود عدم اطمینان است، تنها منبع مطمئن پایداری در رقابت، دانش است. (Nokada, 1998) بنابراین، Dous و دیگران (۲۰۰۵)، مدیریت دانش مشتریان را به عنوان بهره‌گیری از دانش برای، از و درباره مشتریان به منظور افزایش قابلیت‌هایی برای مشتریان توسط سازمان تعریف می‌کنند. مدیریت دانش مشتریان یک فرآیند پویا برای اکتساب و بهسازی اطلاعات ارزشمند مشتریان با استفاده از مسیرهای مختلف و روشهای متنوع بوده و دانش مشتریان را در سازمان تسهیم می‌نماید. در حین این فرآیند، سازمان ترقی کرده و روابط با مشتریان را در مدل سازمانی مشتری‌گرا بهینه‌سازی می‌کند (فنگ و تیان، ۲۰۰۵). مدیریت دانش مشتری دربردارنده فرآیندهایی است که با شناسایی و اکتساب اطلاعات مشتری و نیز ایجاد و بهره‌برداری از دانش مشتریان مربوط می‌باشد. چنین اطلاعاتی در ماورای محدوده‌های خارجی شرکت قرار دارند و دانشی که از آنها استخراج می‌شود باعث ایجاد ارزش برای سازمان و مشتریان آن می‌شود یکی از جنبه‌های مهم دانش مشتری این است که این دانش، دانشی است که در مالکیت شرکت قرار ندارد بلکه در مالکیت دیگری است که مایل به تسهیم آن نیستند. برای ایجاد همکاری آنها با شرکت به نوعی محرک نیاز است. اخیراً، مشتریان به عنوان شرکای فرآیند ایجاد دانش در نظر گرفته شده‌اند. ایجاد دانش مشترک مشتریان به همراه سازمان به منظور ایجاد ارزش برای هر دو طرف با تسهیم دانش در اختیار مشتریان، می‌تواند محصولات بهتری را نیز حاصل کند. در اینجا هر دو نهاد با هم در حال کار هستند و هدف مشترکی در ذهن دارند و مشتری شریک فعال و کلیدی در فرآیند ایجاد دانش خواهد بود. در حقیقت ایجاد ارزش برای سازمان‌ها و مشتریان از طریق گسترش دانش مشتری هدف اصلی مدیریت دانش است. شرکت‌ها می‌توانند این دانش را به صورت مختلف به کار گیرند، اما این دانش بخصوص برای نوآوری و توسعه ی



محصولات جدید ارزشمند هستند. در خلال تشخیص دانش مشتری به عنوان عنصری کلیدی برای توانایی شرکت در نوآوری، یک سازمان می تواند قابلیت های خلاقانه خود را افزایش دهد. مطالعات قبلی در مورد مدیریت دانش مشتری مشخص ساختند که اکثر شرکتهای موفق اشخاص را جدای از معاملات در نظر می گیرند و آنچه را که مشتریان در حین خرید و تعاملات خدماتی انجام می دهند ثبت می کنند. با آزمودن این داده های انسانی، می توان پیش بینی ها و درک بهتری از رفتار مشتریان داشت (داونپورت و همکاران، ۲۰۰۱).

هدف آنها حمایت بهتر از مشتریانشان با یادگیری از آنهاست. برای حمایت از مشتریان در چرخه خرید آنها، یک جریان مداوم از دانش که از جانب شرکت راهنمایی می شود به عنوان یک پیش نیاز لازم است. برای تسهیل مدیریت چنین دانشی، صفی عریض از فن آوری باید گسترده شود. سیستمهای مدیریت روابط با مشتریان برای پیگیری معاملات با مشتریان و بهبود نحوه توزیع محصولات و خدمات به کار می روند. به همان صورت، دانش برگرفته از مشتریان نیز باید از طرف شرکت مورد استفاده قرار بگیرد، تا ایجاد ایده ها، نوآوریها و بهبود مداوم محصولات و خدمات بر اساس آنها هدایت شود (سالومن و همکاران، ۲۰۰۵).

مدیریت بحران دانش محور مبتنی بر فناوری

با توجه به پیشرفت و تحول همه روزه اطلاعات در جهان کنونی و عصری به نام عصر انفجار اطلاعات، در ارتباط با بلایای طبیعی شناسایی و مهار آن ها، علاوه بر بحث تخصصی و علمی بودن، تا حد زیادی به مباحث مدیریتی و ساختاری مربوط می شود. بدیهی است که مدیریت و بطور اختصاصی مدیریت بحران، قبل هر چیز یک نظام تصمیم گیری است و برای تصمیم گیری درست، دسترسی به تازه ترین اطلاعات از ضروریات است. ایجاد شبکه قوی و پویای اطلاعاتی در ارتباط با بلایای طبیعی می تواند، مدیران یا تصمیم گیران عالی را در استای هدایت صحیح حرکت ها یاری دهد و در نهایت منجر به کاهش عواقب نامطلوب آن شود. بی شک خسارت جبران ناپذیر وارد شده، ناشی از عدم برنامه ریزی قبل از رویارویی، و یا عدم آمادگی برای مقابله، همراه با عوارض نامطلوب آن ها پس از وقوع می باشد. عوارض تلخ حوادث تنها در ویرانی های فیزیکی خلاصه نمی شود، بطوریکه بعد از سانحه علاوه بر مرگ و میر و ویرانی ها، مسائل دیگری از قبیل بیماریهای واگیردار، بزهکاری ها، اختلالات روانی، فروپاشی اقتصاد ناحیه و... حادث می گردد، که لاجرم در جهان امروز کوشش های مقابله با این عوارض، مبحثی به نام مدیریت بحران را بوجود می آورد (سهرابی، ۱۳۸۹).

مدیریت بحران دانش محور درصدد است با برنامه ریزی مناسب، جامعه را برای پیشگیری، آمادگی، امداد و بازسازی مهیا نماید. از طرفی تحقق برنامه های مدیریت بحران با اتکا بر دانش و از طریق تحلیل داده ها و اطلاعات، امکان پذیر است. اغلب این داده ها خصیصه فضایی دارند و می توانند به نقشه تبدیل شود (سهرابی، ۱۳۸۹).. هنگام وقوع بلایای طبیعی، عملیات مختلفی برای نجات افراد حادثه دیده همانند معرفی پناهگاه ها، تدارکات پزشکی، بازسازی های اولیه و تعیین محل اسکان موقت و... که بایستی در راستای بحداقل رساندن خسارت صورت پذیرد. آرایه این خدمات به صورت جامع ممکن نیست، مگر اینکه سیستم های اطلاعات از جمله سیستم های اطلاعات جغرافیایی (جی آی اس) پشتیبان مراکز مدیریت بحران باشند.

با بروز بحران اولین و مهمترین سیستمی که مورد تهدید و نابودی قرار می گیرد، نظام اطلاعاتی منطقه بحران زده است، بدون وجود این نظام هرگونه کمک رسانی و امداد، نه تنها مثر نیست حتی ممکن است منجر به بحران های بعدی شود. نظام اطلاعاتی سنتی بسیار خطر پذیر بوده و انعطاف پذیری لازم برای تطبیق و کار در شرایط بحرانی را ندارد. فن آوری اطلاعات می تواند با ایجاد یک نظام اطلاعاتی مدرن، منسجم، پویا و منعطف، که از اصول اولیه تولید و اشتراک دانش در مدیریت دانش است، به خوبی شرایط متغیر و متحول بحران را در خود هضم کرده و کمک بسیار بزرگی برای تصمیم های مدیران باشد. استفاده موثر از ابزارهای جدید فن آوری اطلاعات مانند سیستم های انتقال اطلاعات ماهواره ای، سیستم های تشخیص هویت افراد مصدوم و فوت شده، سیستم های پردازش اطلاعات، مانند سیستمهای یکپارچه سازی



اطلاعات مانند اینترنت می تواند دامنه ی خسارت بحران را کاهش دهد و از بروز بحران های ثانوی نیز جلوگیری کند. زیرساخت اطلاعات، کلید اصلی تمام جنبه های مدیریت بحران دانش محور می باشد. در تلاش های قبل از حادثه، شبکه ها برای آموزش و ایجاد تجربیات مجازی مورد استفاده قرار می گیرند. در زمان پاسخگویی به بحران، شبکه ها باعث تبادل اطلاعات بین مسئولان مختلف و تهیه و انتشار اطلاعات لازم به مردم می شوند. نیازهای اطلاعاتی برای مدیریت بحران به یک زیرساخت ارتباطی بستگی دارد که در برابر خرابی ها مقاوم باشد، به خصوص وقتی که برای دست گیری بحران و عواقب پس از آن به این سیستم ها نیاز است (سهرابی، ۱۳۸۹).

روش تحقیق

روش این پژوهش توصیفی از نوع پیمایشی بوده است. جامعه آماری شامل کارشناسان و مدیران بحران استان گلستان میباشد. نمونه گیری به روش تصادفی بوده است و تعداد ۶۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شده اند. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه استفاده شده است.

یافته ها

جدول ۱: خلاصه تحلیل آماری مربوط به بررسی نقش و اهمیت مدیریت دانش سازمان در مدیریت بحران از دید کارشناسان

Sig. سطح معناداری	t آماره	df درجه آزادی	Mean میانگین	N تعداد
.000	3.589	59	2.987	60

برای پاسخ به پرسش های تحقیق در پرسشنامه از طیف لیکرت پنج گزینه ای استفاده شده که مقادیر آن از ۱ تا ۵ به ترتیب برابر خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد بوده است. همچنین با توجه به اینکه نمونه آماری از مدیران و کارشناسان بحران استان گلستان بوده اند در پاسخ به این پرسش بیشتر همان استان را در نظر گرفته اند. همانطور که از تجزیه و تحلیل بر می آید با توجه به مقادیر موجود در جدول، مقدار تی محاسبه شده (3.589) از تی جدول با درجه آزادی 59 (برابر 1.99) با احتمال 0.05 بزرگ تر است، بنابر این فرض صفر رد می شود و نتیجه گرفته می شود از دید کارشناسان میزان اهمیت استفاده از مدیریت دانش در مواجهه با بحران در زی H و خیلی زیاد بوده است.

جدول ۲: خلاصه تحلیل آماری مربوط به بررسی نقش و اهمیت مدیریت دانش مشتریان در مدیریت بحران از دید کارشناسان

Sig. سطح معناداری	t آماره	df درجه آزادی	Mean میانگین	N تعداد
.000	3.279	59	2.988	60

همانطور که از تجزیه و تحلیل بر می آید با توجه به مقادیر موجود در جدول، مقدار تی محاسبه شده (3.279) از تی جدول با درجه آزادی 59 (برابر 1.99) با احتمال 0.05 بزرگ تر است، بنابر این فرض صفر رد می شود و نتیجه گرفته می شود از دید کارشناسان میزان اهمیت استفاده از مدیریت دانش مشتریان در مواجهه با بحران در زیلد و خیلی زیاد بوده است.



بحث و نتیجه‌گیری

با تبدیل دانش‌های ضمنی و صریح و جمع‌آوری این اطلاعات، دسته‌بندی و پردازش آن‌ها توسط سیستم‌ها و یکپارچگی اطلاعات منابع مختلف موجود در سازمانها و ارگانهای مختلف در هنگام رخداد حوادث طبیعی با گستردگی زیاد می‌توان مدیریت منابع را بصورت بهینه انجام داد تا از میزان خسارت‌ها کاسته شود. بر اساس پاسخ پرسشنامه برخی از نقاط قوت سازمان در مدیریت دانش به شرح ذیل می‌باشند:

-بالا بودن سطح تحصیلات متخصصان سازمان، -تمایل مناسب افراد نسبت به تسهیم دانش‌های خود و استفاده از دانش مشتریان، -حجم مناسب تولید دانش در سازمان و در میان مشتریان سازمان، -فعالیت مناسب مدیران و پژوهشگران در مسائل و پروژه‌های دانشی، -ارتباط مناسب سازمان با دانشگاهها و سایر نهاد‌های مرتبط در خارج سازمان، و همچنین نقاط ضعف سازمان: -عدم وجود امکانات مستندسازی دانش‌ها و تجربیات کارمندان و مشتریان در سازمان، -عدم وجود امکانات تسهیم دانش درون سازمان و در میان مشتریان سازمان و همچنین تسهیم دانش مشتریان سازمان، -کمبود برگزاری سمینارهای تخصصی درون و بیرون سازمان، -عدم چاپ مجلات تبادل دانش درون و بیرون سازمانی، -کمبود برگزاری سمینارهای تخصصی درون و بیرون سازمان، -عدم چاپ مجلات داخلی (با توزیع میان مشتریان (با مشارکت کارمندان و مشتریان، -پایین بودن میزان مستندسازی تجارب مربوط به پروژه‌های صورت پذیرفته در درون سازمان و یا پروژه‌های انجام شده توسط پیمانکاران و نیز بازخورهای حاصل از اجرای این پروژه‌ها در میان مشتریان، -تعامل پایین شرکت با مشتریان، طولانی بودن زمان دستیابی به دانشمورد نیاز در پروژه‌ها.

در کل می‌توان گفت در سازمان‌های دانشی، دانش به سادگی منتقل می‌شود و در اختیار تمامی کارمندان قرار می‌گیرد. زمانی که کارمندان به دانش سازمانی دسترسی پیدا می‌کنند، می‌توانند محیط خود را بشناسند و آن را معنادار نمایند. آنها می‌توانند روش‌های جدید و بهتری را در اجرای کارها بیابند، با هم کار کنند، خلا دانش را جبران کنند، بهره‌وری را افزایش دهند، مشتریان را راضی کنند و نهایتاً توان رقابت مؤثر را کسب کنند. سازمان‌هایی که از طریق تحقیق و توسعه یا فرایندهای یادگیری غیررسمی‌تر در جهت تولید دانش جدید اقدام می‌کنند نسبت به سازمان‌هایی که بر مبنای دانش دیگران عمل می‌کنند، برتری دارند. مدیریت دانش به مسائلی همچون سازگاری سازمانی، بقا و توانایی در مواجهه با تغییرات فزاینده محیطی می‌پردازد. در حقیقت، مدیریت دانش در صدد ترکیب سینرژیک قابل پردازش اطلاعات، تکنولوژی اطلاعات و توانایی خلاقانه انسان‌هاست.



منابع

- ۱- جباری، محمد علی و امیرخانی، امیرحسین (۱۳۸۸). مدیریت دانش در مدیریت بحران.
- ۲- بابا محمودی، عبدالرضا و شجاعی امیر احمدی (۱۳۸۸). مرکز عملیات فوریتی.
- ۳- بهادری، هادی و خورشید کامبیز و ابراهیم نیا، (۱۳۸۸). نگاهی به مدیریت بحران در ایالات متحده امریکا.
- ۴- پورحیدری، غلامرضا و ولدبیگی، برهان الدین، (۱۳۸۹). مقابله و بازسازی در بحران ها.
- ۵- جک گاتز چاک، (۱۳۸۳). مدیریت بحران، ترجمه علی پارسائیان، ۱۳۸۳.
- ۶- سهرابی، بابک و دارمی، هادی، (۱۳۸۹). - مدیریت دانش با رویکرد ام بی ای.
- ۷- جعفری مقدم، سعید، (۱۳۸۲). مستند سازی تجربیات مدیران از دیدگاه مدیریت دانش.
- 8- Davenport, T., & Grover, V. (2001). Knowledge Management. Journal of Management Information Systems, 18(1), 3-4.
- 9- Madhavm. R. and Grover. R. 1998. From Embedded Knowledge to Embodied Knowledge: New Product Development as Knowledge Management. Journal of Marketing, 62(4): 1-12
- 10- Wickramasinghe, N. (2005). The Phenomenon of Duality: The Key to Facilitating the Transition form Knowledge Management to Wisdom for Inquiring Organizations. In Courtney et al. (Eds.), Inquiring organizations: Moving form Knowledge Management to Wisdom. Hershey, PA: Idea Group Publishing.
- 11- Cohen, Wesley & Leviathan. 1990. Absorptive Capacity: A New Perspective On Learning And Innovation. Administrative Science Quarterly, vol.35: 128-1 52
- 12- Wickramasinghe, N., Fadlalla, A., Geisler, E., & Schaffer, J. (2003). Knowledge Management and Data Mining: Strategic Imperatives for Healthcare. Proceedings of the 3rd Hospital of the Future Conference
- 13- Wilcox, L. (1997). Knowledge-based Systems as an Integrating Process. In J. Liebowitz & L. Wilcox (Eds.), Knowledge Management and its Integrative Elements (pp. 1-30). Boston: CRC Press.
- 14- Mills, G. (2001). MARS: The Electronic Medical Record System the Core of the Kaiser Galaxy. International Journal of Healthcare Technology Management, 3(5/6), 406-423.
- 15- Drucker, P. (1993). Post-Capitalist Society. New York: Harper Collins. Nonaka, I kujiro. 1994. A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation. Organization Science, vol. 5, no.1: 14-37