



در این خبرنامه:

- چرا مدیریت دانش؟
- مدیریت دانش در شرکت ملی صنایع مس ایران
- مدیریت دانش چیست؟
- عوامل موفقیت مدیریت دانش در سازمان

چرا مدیریت دانش؟

بهتر است پیش از آموختن چگونگی مدیریت دانش، چند مورد از چرایی آن را مرور کنیم، زیرا بر این باوریم که اگر شفاف، روشن و مستدل بگوییم که چرا سازمان شما به مدیریت دانش نیاز دارد، بسیاری از موانع مسیر پیش رو، خودبه‌خود مرتفع می‌شوند.

شرکت ملی صنایع مس باید بتواند به سرعت بهترین واکنش‌ها را به تغییرات مستمر محیط نشان دهد تا بتواند علاوه بر حفظ شرایط، به طور مستمر مزایای رقابتی برای خود خلق نماید.

«پایه مزیت رقابتی در دنیای امروز نوآوری است و نوآوری به وضوح بر پایه دانش شکل می‌گیرد»

مدیریت دانش در شرکت ملی صنایع مس ایران

پروژه استقرار طرح جامع مدیریت دانش در شرکت ملی صنایع مس ایران با چشم‌انداز راهبری و هدایت فرایندهای مدیریت دانش در ابعاد فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی و فناوری اطلاعات، در تیرماه ۱۳۹۴ آغاز شد. این پروژه که طی پنج فاز طراحی شده است در نظر دارد با شروع از منطقه کرمان به پیاده سازی نظام مدیریت دانش در پایلوت‌های ذوب سرچشمه، تغلیظ میدوک و حوزه معاونت نظارت بر خدمات منطقه کرمان، اقدام نموده و در سال‌های آتی آن را به صنایع مس منطقه و کشور تعمیم دهد. در همین راستا از ابتدای پروژه تا کنون فعالیت‌هایی در جهت شناخت هرچه بیشتر سازمان به منظور همسویی اهداف پروژه با استراتژی‌ها و اهداف شرکت ملی صنایع مس ایران صورت گرفته که می‌توان به برگزاری جلسات هم‌اندیشی مشاوران شرکت، جلسات مصاحبه شناخت با معاونان، مدیران و رؤسای واحدهای مختلف، جلسات استخراج فیلهای دانشی، توزیع پرسشنامه شناخت نقاط قوت و ضعف دانشی و... اشاره کرد.

همچنین فعالیت‌هایی نیز به منظور آشنایی پرسنل با مفاهیم و اهداف مدیریت دانش و نیز آموزش و توسعه فرهنگ تسهیم دانش در شرکت صورت گرفته است. اهم این اقدامات عبارتند از:

- برگزاری سمینارهای آشنایی با مدیریت دانش (ویژه مدیران و کارشناسان)؛
- انتشار جزوه آموزشی "آشنایی با مدیریت دانش" در سازمان؛
- نشر پوستر ترویج فرهنگ دانشی.

درنهایت امید است با حمایت مدیران و همکاری کارکنان محترم شرکت ملی صنایع مس ایران از طرح جامع مدیریت دانش، گامی در جهت بهبود فضای تعامل دانش برداشته و به سمت سازمانی دانش محور حرکت نماییم.



عوامل موفقیت مدیریت دانش در سازمان‌ها

امروزه سرمایه‌های یک سازمان تنها سرمایه مالی و فیزیکی نیستند بلکه سرمایه دانشی مهمتر از این دو سرمایه، مورد توجه است. مدیریت دانش در یک سازمان، متشکل از راهبردها و فرایندهایی است که قادرند نیازهای دانش کل سازمان، مشتریان و کارکنان را برآورده سازند. برخی دیگر نیز بیان می‌دارد که مدیریت دانش راه فرایند گسترده‌ای می‌داند که امر شناسایی، سازماندهی، انتقال و استفاده صحیح از اطلاعات و تجربیات داخلی سازمانی را مورد توجه قرار می‌دهد. علت بی‌توجهی بسیاری از سازمانها نسبت به مدیریت دانش، درک متفاوتی است که از این مقوله در سازمانها وجود دارد.

برای اجرای مدیریت دانش به یک بازه زمانی نسبتاً طولانی، فراهم سازی بسترهای فکری و فرهنگی، مهارتی و آموزشی، کانون‌های دانشی و فراهم آوردن بسترهای تکنولوژیک نیاز است. محورهایی که در موفقیت مدیریت دانش در سازمانها نقش حیاتی دارند، عبارتند از:

- رهبری در مدیریت دانش
- فرهنگ در مدیریت دانش
- فرایندها در مدیریت دانش
- کنترل دانش آشکار
- کشف دانش پنهان
- وجود کانونهای دانش
- تقویت بازار دانش
- افزایش تعداد افراد درگیر و مهارت‌های آنان
- زیر ساخت تکنولوژیکی



مدیریت دانش چیست؟

یک مشکل معمول در تعریف مدیریت دانش، این است که تعریف دانش به اندازه‌ای وسیع است که تقریباً هر چیزی که اجازه درک مفاهیمی را بدهد که فرد برای کارکرد اثربخش در این جهان بدان نیاز دارد، می‌تواند مدیریت دانش نامیده شود!

در یک تعریف عمومی مدیریت دانش عبارتست از: فرایند کشف، کسب، توسعه و ایجاد، تسهیم، نگهداری، ارزیابی و به کارگیری دانش مناسب، در زمان مناسب، به وسیله‌ی فرد مناسب در راستای اهداف سازمان

تمرکز مدیریت دانش، بر بهبود توانایی سازمانی می‌باشد. موفقیت در زمینه مدیریت دانش نیازمند ایجاد یک محیط جدید کاری می‌باشد، که دانش و تجربه بتوانند به راحتی تسهیم شوند. برای تحقق این مقصود، باید ساختار، فرآیند، فرهنگ، منابع انسانی و فناوری را مد نظر قرار دهیم. رفتارهای سازمانی باید چنان همراستا شوند که اطلاعات و دانش، ادغام شده و به افراد مناسب و در زمان مناسب برسد تا بتوانند با بهره‌وری بیشتر عمل کنند.

اول از همه، مدیریت دانش باید افراد را به اطلاعات مرتبط کند و این ارتباط شامل فرآیندها و تشویق‌هایی است که برای افراد نیاز است تا نه تنها به هم اعتماد کنند و از اطلاعات موجود استفاده کنند؛ بلکه تجارب و اطلاعاتشان را در پایگاه اطلاعاتی جهانی توزیع کنند.

دوم اینکه کارکنان باید به یکدیگر مرتبط شوند. آنها باید قادر به یافتن همکاران خود بوده و به راحتی کمک مورد نیاز را جست‌وجو، دریافت و سپس آن تجارب را منتشر کنند. این امر به کارکنان این احساس را می‌دهد که آنها همه روزه در تحقق اهداف سازمان شریکند.

