



SCIENCES AND TECHNIQUES OF
INFORMATION MANAGEMENT
VOL. 4, No. 3, SUMMER 1397
DE/2018



مجله مدیریت اطلاعات

سال چهارم، شماره سوم - پاییز ۱۳۹۷ شماره پیاپی ۱۲

تأثیر به کارگیری فناوری اطلاعات بر کسب مزیت رقابتی با نقش

میانجی مدیریت دانش*

مطالعه موردی شرکت بیمه ایران استان آذربایجان شرقی

بلال پناهی^۱

(صفحات ۱۳۳-۱۵۸)

چکیده

هدف: پژوهش حاضر، بررسی تأثیر فناوری اطلاعات بر مولفه های کسب مزیت رقابتی با بررسی نقش میانجی مدیریت دانش بوده است.

روش پژوهش: پژوهش از حیث هدف، کاربردی و بر حسب ماهیت و روش انجام از نوع تحقیق توصیفی و همبستگی است. جامعه آماری آن را کارکنان شرکت بیمه ایران استان آذربایجان شرقی تشکیل می دهند. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه ۵۰ سؤالی بود. پایایی پرسشنامه به روش آلفای کرونباخ و روایی نیز با روش اعتبار محتوا تأیید شد. فرضیه ها با استفاده از نرم افزار لیزرل و با ارائه مدل معادلات ساختاری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

یافته ها: نتایج به دست آمده بیانگر آن است که به کارگیری فناوری اطلاعات بر کسب مزیت رقابتی با میانجیگری مدیریت دانش تأثیر دارد. همچنین تأثیر به کارگیری فناوری اطلاعات بر مدیریت دانش؛ و تأثیر به کارگیری فناوری اطلاعات بر کسب مزیت رقابتی؛ و تأثیر مدیریت دانش نیز بر کسب مزیت رقابتی تأیید شدند.

نتیجه گیری: به کارگیری ابزارهای نوین فناوری اطلاعات زمینه را برای اجرای بهتر فرآیند مدیریت دانش فراهم کرده و منجر به کسب مزیت رقابتی برای سازمان شده است. به عبارت دیگر، فراهم کردن زیرساخت های فناوری اطلاعات، دانش جدید را برای کارکنان فراهم ساخته و مدیریت دانش را بهبود داده و ارتقای بهره وری شغلی را به دنبال داشته است.

* تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۷/۱۰؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۹/۱۰

۱. استادیار گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، اقتصاد و حسابداری، دانشگاه پیام نور، ایران.

Panahi1980@yahoo.com

کلیدواژه‌ها: مدیریت دانش، فناوری اطلاعات، مزیت رقابتی، شرکت بیمه ایران، آذربایجان شرقی.

مقدمه

با وجود اهمیت به کارگیری فناوری اطلاعات، امروزه در بسیاری از سازمان‌ها شاهد بروز مشکلاتی در رابطه با برآورده شدن نیازهای کسب و کار با توجه به حجم بالای سرمایه‌گذاری در زمینه فناوری اطلاعات و میزان پایین هم راستایی هستیم (مانیان و همکاران، ۱۳۸۷). این در حالی است که همسوئی استراتژیک بین سیستم‌های اطلاعاتی و سازمان‌های تجاری مهم بوده و این همسوئی باید هم در داخل و هم در خارج از سازمان مورد تأکید قرار گیرد. منظور از همسوئی داخلی توانایی یک شرکت برای همتراز کردن فرآیندهای سازمانی و فناوری اطلاعات و ارتباطات با زیرساخت است و در مقابل، همسوئی خارجی به استراتژی‌های کسب و کار و فناوری اطلاعات و ارتباطات اشاره دارد (کتوبلی و همکاران^۱، ۲۰۱۸). مدیران به طور گسترده‌ای اذعان دارند که سرمایه‌گذاری در فناوری اطلاعات برای شرکت‌هایی با کیفیت اطلاعات بالا، می‌تواند به ایجاد مزیت رقابتی کمک کند.

در گذشته‌ای نه چندان دور، قدرت و مزیت رقابتی یک سازمان یا یک جامعه انسانی، دسترسی بیشتر به منابع مادی محسوب می‌شد (انصاری و همکاران، ۲۰۱۲). اما اکنون شرایط به کلی متحول شده و اساسی‌ترین مشخصه سازمان‌های هوشمند قرن بیست

۱. Centobelli & et al

و یکم، تأکید بر دانش و اطلاعات است. برخلاف سازمان‌های گذشته، سازمان‌های امروزی دارای فناوری پیشرفته بوده، نیازمند کسب، مدیریت و بهره‌برداری از دانش و اطلاعات به منظور بهبود کارآیی، مدیریت و پیگیری تغییرات پایان‌ناپذیر هستند. و در این راستا دانش، ابزار قدرتمندی است که می‌تواند تغییرات را به وجود آورده و نوآوری‌ها را ممکن سازد (چانگ^۱، ۲۰۰۵) و امروزه، اصلی‌ترین مزیت رقابتی برای سازمان‌ها توان آنها در مدیریت دانش محسوب می‌شود (رحمانی یوشانلوئی، ۱۳۹۰). عمده‌ترین سرمایه سازمان‌های تولیدی و خدماتی عصر حاضر، دانشی است که به آن دسترسی دارند. سازمان‌هایی می‌توانند پیشرو و پیشتاز باشند که قادرند بیشترین، معتبرترین و به روزترین دانش بشری را در حوزه کسب و کارشان در اختیار گیرند و از آن استفاده بهینه کنند و با تصرف دانش، خرد و تجربیات با ارزش افزوده کارکنان و نیز پیاده‌سازی، بازیابی، حفظ و نگهداری دانش به منزله‌ی دارایی‌های ناملموس سازمان استفاده کنند (انصاری و همکاران، ۲۰۱۲).

همچنین پیدایش فناوری اطلاعات، شتاب بیشتری به تحولات جهان در عصر اطلاعات و دانایی داده است. در عصر حاضر با به کارگیری فناوری‌های اطلاعاتی جدید، سرعت ارائه دانش بالا رفته و مطالب بیشتری در مدت زمان کوتاه‌تر قابل انتقال است. همچنین، تربیت نیروی انسانی ماهر و متخصص به کمک فناوری اطلاعات نه تنها نیازهای حرفه‌ای جامعه را تأمین می‌کند، بلکه با بهره‌گیری از انعطاف‌پذیری ذاتی فناوری جدید، می‌تواند به سرعت ساختار خود را با نیازمندی‌های جدید حرفه‌ای جامعه تغییر دهد (نیازآذری و همکاران، ۱۳۹۱). امروزه با در اختیار داشتن فناوری اطلاعاتی و ارتباطی مختلف و پیشرفته، امکان برقراری سریع ارتباط و تبادل سریع اطلاعات بیش از پیش میسر شده است. افراد در هر کجا که باشند می‌توانند آخرین اطلاعات مورد نیاز خود را در هر زمینه‌ای دریافت کنند (اصنافی، حمیدی، ۱۳۸۶). هیکس^۲ (۲۰۰۰) به کاربردهای فناوری

۱ . Chong

۲ . Heeks

اطلاعات از دریچهٔ اصلاحاتی اشاره می‌کند که این فناوری امکان‌پذیر می‌سازد. به اعتقاد وی از لحاظ نظری، هر آنچه فناوری اطلاعات می‌تواند به انجام رساند، با دیگر ابزارها نیز انجام شدنی است. اما در عمل، توان این فناوری در افزایش سرعت و یا کاهش هزینه‌ها بدین معناست که فناوری اطلاعات می‌تواند کارهایی را امکان‌پذیر سازد که بدون استفاده از این فناوری‌ها، شدنی نیستند. از این رویکرد، این فناوری سه قابلیت بالقوه برای تغییر در چارچوب اصلاحات دارد که عبارت‌اند از: جایگزینی، پشتیبانی، و نوآوری.

در کاربرد جایگزینی، فرآیندهای دستی پذیرش، ذخیره، پردازش، برون‌داد، و انتقال اطلاعات، خودکار می‌شوند. به عبارت دیگر، فناوری اطلاعات جایگزین انسان می‌شود. این فناوری می‌تواند به انجام فرآیندهایی نیز که انسان انجام می‌دهد، کمک کند. به عنوان نمونه کمک به فرآیندهای تصمیم‌گیری در دولت، ارتباطات، و اجرای تصمیم‌ها از این جمله‌اند. «هیکس» چنین کاربردی را پشتیبانی می‌خواند. نوآوری، سومین کاربرد این فناوری است. از این طریق فرآیندهای جدیدی خلق می‌شوند که توسط فناوری اطلاعات به انجام می‌رسند یا این فناوری به عنوان پشتیبان فرآیندهای جدیدی که انسان انجام می‌دهد، به کار می‌رود (هیکس، ۲۰۰۰).

طبق نظر صاحب‌نظران در عصر کنونی سازمان‌ها بایستی روش‌های مؤثری را برای جذب، طبقه‌بندی و انتشار دانش سازمانی در میان سطوح مختلف نیروی انسانی خود شناسایی کرده و در سراسر سازمان خود به کار گیرند. در همین راستا، مدیریت دانش به عنوان یکی از مباحث سازمانی مطرح شده که به کمک سازمان‌ها آمده است. اگر سازمان‌ها به دقت به مقوله استفاده از دانش توجه کنند به این نکته پی خواهند برد که میزان دانش موجود در سازمان آنها بیشتر از آن چیزی است که خود تشخیص می‌دهند. از نظر بعضی محققان «ایجاد و انتقال مؤثر دانش درون سازمانی، بعد رقابتی اصلی هر بنگاه اقتصادی ذکر شده است». بررسی‌ها نشان می‌دهند که اغلب سازمان‌ها توانایی مدیریت صحیح دانش را ندارند، چرا که دانش افراد به صورت درونی و تلویحی است و اگر سازمانی دانش مفید خود را در زمان و جایگاه مناسب به دست نیاورد، در عرصه رقابتی

خود با مشکل مواجه خواهد شد (پناهی، ۱۳۹۳). اهمیت این موضوع به حدی است که امروزه شماری از سازمان‌ها، دانش خود را اندازه‌گیری می‌کنند و به منزله سرمایه فکری سازمان و نیز شاخصی برای درجه‌بندی شرکت‌ها در گزارش‌های خود منعکس می‌کنند، این مؤسسه‌ها، استقرار مدیریت دانش در سازمان را، به عنوان بخشی از راهبرد سازمان، ضروری می‌دانند.

در واقع، «مدیریت دانش»، مقوله‌ای مهم‌تر از خود دانش محسوب می‌شود و سازمان‌ها درصدد آن هستند که چگونگی تبدیل اطلاعات و دانسته فردی و سازمانی را به دانش و مهارت‌های فردی و گروهی تبیین کنند (گاراولی و همکاران^۱، ۲۰۰۴). به عنوان دارایی‌های نامشهود لازم برای هر سازمان، دانش باید به صورت دقیق مدیریت شود و در این راستا محققان و متخصصان توجه زیادی را به توانایی سازمان برای شناسایی، کسب، ایجاد، به اشتراک‌گذاری، یا تجمع دانش مدنظر قرار می‌دهند (مرندی و همکاران، ۲۰۱۸: ۱۳). به طور کلی، مدیریت دانش به مدیریت کردن دانش فردی و سازمانی موجود در سازمان برای کسب مزیت رقابتی می‌پردازد و دانش بدین دلیل منبع مزیت رقابتی به شمار می‌رود که دارایی‌های ناملموسی فراهم می‌کند که منحصر به فرد، غیرقابل تقلید و بی‌بدیل هستند (گرانث^۲، ۱۹۹۶). کسب این مزیت رقابتی به توانایی سازمان در به‌کارگیری مؤثر دانش موجود برای ایجاد دارایی‌های دانشی جدید و عمل کردن بر اساس آنها بستگی دارد (علوی و لیدنر^۳، ۲۰۰۱).

دانش، دارایی ارزشمندی است که باید مدیریت شود، اساس مدیریت دانش یافتن راهبردهایی است که دانش درست را به شکل صحیح و در زمان مناسب در اختیار افراد مناسب قرار دهد. مدیریت دانش، مانند ارتباطات، در بهترین وجه به عنوان روش یا شیوه عمل سازمانی تلقی می‌شود. شیوه شناسایی، در اختیار گرفتن، سازماندهی و پردازش اطلاعات برای خلق دانش است؛ سپس اطلاعات توزیع شده و در دسترس دیگران قرار

۱. Garavelli et al

۲. Grant

۳. Alavi & Leidner

می گیرد تا برای خلق دانش بیشتر به کار گرفته شود. مدیریت دانش ابتکاری تازه برای تبدیل الگوهای نظام اطلاعاتی از رویکرد پردازش داده و ارائه اطلاعات به رویکرد گردآوری و استفاده از دانش در سازمان ها است که از به کارگیری تخصص و مهارت انباشته در ذهن و زوایای پنهان افراد تا تبدیل آنها به منابع مکتوب و مدون را شامل می شود. از جمله اهداف مدیریت دانش در سازمان ها عبارت اند از: ۱) استفاده از دانش آشکار و ضمنی در جهت تحقق اهداف سازمان؛ ۲) فراهم ساختن زمینه های تبدیل اطلاعات به دانش و تولید دانش جدید ۳) مرتبط ساختن افراد با یکدیگر ۴) مرتبط ساختن افراد با اطلاعات و ۵) بهینه سازی و استفاده اقتصادی از منابع موجود (تارخ، ۱۳۹۰).

مدیریت دانش دارای فواید متعددی است که به چند نمونه از آنها اشاره می شود: کارکنان زمان کمتری برای جستجوی اطلاعات و کسب مهارت صرف خواهند کرد، متخصصان در زمینه موضوعی مورد علاقه خود متمرکز خواهند شد. فرآیند مدیریت دانش به کارکنان کمک خواهد کرد که توانایی شغلی و عملکرد خود را بهبود بخشند و منابع در دسترس، آنها را در تصمیم گیری هوشمندانه یاری خواهد کرد. در مدیریت دانش، جذب، خلق، سازماندهی، ذخیره، انتقال و انتشار دانش همگی وابستگی شدید به کاربرد فناوری اطلاعات دارند و رشد آن به شدت متأثر از فناوری اطلاعات و ارتباطات است. جنبه دیگر آن، گردآوری نیازهای کسب و کار و توسعه همکاری و مشارکت بخش فناوری اطلاعات در سازمان است که در این راستا تعیین نقش فناوری اطلاعات در توسعه گروه مدیریت دانش ضروری است (تقی زاده، ۱۳۸۵). فناوری ها و سامانه های اطلاعاتی مهمی در سازمان ها مورد استفاده قرار می گیرند که برخی از آنها عبارتند از: سامانه های پردازش مبادلات^۱، سامانه های اتوماسیون اداری^۲، سامانه های دانش ورزی^۳، سامانه های اطلاعات مدیریت^۴، سامانه های پشتیبان تصمیم گیری^۱، سامانه های اطلاعات اجرایی^۲، سامانه های پشتیبان اجرایی^۳ و سامانه های خبره^۴.

۱ . Transaction Processing Systems (TPS)

۲ . Office Automation Systems (OAS)

۳ . Knowledge Work Systems (KWS)

۴ . Management Information Systems (MIS)

سامانه‌های پردازش مبادلات به ثبت و ضبط و پردازش داده‌های حاصل از عملیات‌های کسب و کار می‌پردازند و اصلی‌ترین سیستم‌های اطلاعات سازمانی هستند که بدون وجود آنها، ایجاد سامانه‌های اطلاعات پشتیبان تصمیم‌گیری مانند سامانه‌های اطلاعات مدیریت، سامانه‌های پشتیبان تصمیم‌گیری و... کاری بیهوده است. اتوماسیون اداری، مشتمل بر تمامی سامانه‌های الکترونیک رسمی و غیررسمی بوده که به برقراری ارتباط اطلاعاتی بین اشخاص در داخل و خارج موسسه و بالعکس مربوط می‌شود. کار اصلی این سامانه‌ها مدیریت اسناد و ایجاد تسهیل در نامه‌نگاری و اطلاعات درون سازمان است.

سامانه‌های دانش‌ورزی، توسعه مدیریت دانش‌مدار و فرهنگ دانشی در بستر ساختار و مقرراتی انجام داده و حمایت از دانشوران را تسریع می‌بخشد. سامانه اطلاعات مدیریتی به مجموعه فنون و ابزاری اطلاق می‌شود که اطلاعات مورد نیاز مدیران سازمان را در زمینه‌ها و حیطه‌های مسئولیت حرفه‌ای آنان، بادقت، در زمان مناسب و شکلی مطلوب فراهم می‌کند. سامانه‌های پشتیبانی تصمیم به منظور یاری‌دادن به مدیران در تصمیم‌گیری‌های اساسی و یا حل مشکلات خاص طراحی می‌شود و بیشتر مورد استفاده مدیران سطح بالا قرار می‌گیرد و هوشمندی مدیران یا کارکنان حرفه‌ای را با قابلیت‌های فناوری ادغام کرده تا کیفیت تصمیمات را بهبود بخشد. سامانه‌های اطلاعات مدیران اجرایی به منظور کمک به دستیابی مدیران به عوامل کلیدی موفقیت طراحی شده و با معرفی موقعیت‌ها و فرصت‌ها، امکان تحلیل آن را فراهم می‌سازند. سامانه‌های خبره برنامه‌های کامپیوتری هستند که نحوه تفکر یک متخصص در یک زمینه خاص را شبیه‌سازی می‌کنند و این نرم‌افزارها، دارای الگوی منطقی هستند که یک متخصص براساس آنان تصمیم‌گیری می‌کنند. سامانه اطلاعات استراتژیک سیستمی برون‌گرا بوده و

۱ . Decision Support Systems (DSS)

۲ . Executive Information Systems (EIS)

۳ . Executive Support Systems (ESS)

۴ . Expert Systems (ES)

به ارتباطات و وابستگی‌های مؤسسه با محیط آن می‌پردازد و استراتژی رقابتی سازمان را پشتیبانی می‌کند (پناهی و همکاران، ۱۳۹۶).

همچنین، فناوری‌هایی مانند سامانه‌های مدیریت پایگاه‌های داده رابطه‌ای، سامانه‌های مدیریت اسناد، اینترنت، اینترنت، موتورهای جستجو، ابزارهای جریان کار، سامانه‌های پشتیبان مدیران اجرایی، سامانه‌های پشتیبان تصمیم‌گیری، داده‌کاوی، ذخیره داده‌ها، پست الکترونیکی، کنفرانس ویدئویی، تابلوی اعلانات، گروه‌های خبری و تابلوهای بحث می‌توانند نقشی اساسی در تسهیل مدیریت دانش داشته باشند. بالاترین ارزش فناوری اطلاعات در مدیریت دانش، کمک به امکان توسعه دامنه دانش سازمان و افزایش سرعت انتقال این دانش است. افزون بر آن، فناوری اطلاعات در فرآیند یکپارچه‌سازی دانش موجود و در ایجاد دانش جدید نقش مهمی ایفا می‌کند (جعفری، ۱۳۸۲).

موفقیت به کارگیری مدیریت دانش، یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت سازمان‌ها در شرایط رقابتی و عصر دانایی است. اهمیت این موضوع به حدی است که شماری از سازمان‌ها، دانش موجود را اندازه‌گیری می‌کنند و به منزله سرمایه فکری سازمان و نیز شاخصی برای درجه‌بندی سازمان‌ها در گزارش‌های خود منعکس می‌کنند. این مؤسسه‌ها، استقرار مدیریت دانش در سازمان را به منزله بخشی از استراتژی سازمان ضروری می‌دانند (خوانساری، ۱۳۸۴).

از نظر محققان سه عنصر اصلی مدیریت دانش عبارتند از: افراد، فرآیندها و فناوری. این سه عنصر در پیوند با هم، و هر یک از آنها یک رابطه متقابل با دو عنصر دیگر دارد. به عنوان مثال، افراد به طراحی و سپس اجرای فرآیندها کمک می‌کنند، از طرف دیگر فرآیندها نقش‌ها و دانش مورد نیاز مردم را تعریف می‌کنند (ادواردز^۷، ۲۰۰۹). رویکرد مدیریت دانش و یادگیری سازمانی باید در سازمان برای رسیدن به عملکرد برتر باشد. تحقیقات گذشته نشان می‌دهند که مسائل مربوط به مدیریت دانش پیچیده است. برخی از محققین این پیچیدگی را به مزایای رقابتی و برخی از آنها به کسب و کار الکترونیک

7. Edwards

مرتبط دانسته‌اند و یا به یادگیری سازمانی و یا نوآوری سازمانی ارتباط داده‌اند. در حالی که یادگیری سازمانی با مدیریت دانش به هم آمیخته است و مرز بین مدیریت دانش و یادگیری سازمانی خیلی آشکار نیست (الحکیم و حسن^۱، ۲۰۱۳). بنابراین، اهمیت دانش را در محیط جهانی و پیچیده امروزی نمی‌توان نادیده گرفت و سازمان‌هایی که می‌دانند چگونه اطلاعات را به طور مؤثر کسب، توزیع و مدیریت کنند، رهبران صنعت خود خواهند بود. ما امروزه به سوی دوره‌ای حرکت می‌کنیم که مزیت رقابتی نه فقط از طریق دستیابی به اطلاعات، بلکه مهمتر از آن از طریق ایجاد دانش جدید حاصل می‌شود (داونپورت^۲، ۱۹۹۸). مدیریت دانش یک مدل تجاری میان رشته‌ای است که با همه جوانب دانش شامل خلق، کدگذاری، تسهیم و استفاده از دانش برای ارتقاء یادگیری و نوآوری در بافت شرکت سر و کار دارد. مدیریت دانش، هم با ابزارهای تکنولوژیکی و هم با روش‌های جاری سازمانی شامل تولید دانش جدید، کسب دانش با ارزش از منابع خارجی، استفاده از این دانش در تصمیم‌گیری، وارد کردن دانش در فرآیندها، محصولات و خدمات، کدگذاری اطلاعات در اسناد و مدارک، نرم‌افزارها و پایگاه داده‌ها، تسهیل رشد دانش، انتقال دانش به سایر بخشهای سازمان و در نهایت اندازه‌گیری دارایی‌های دانشی و اثرگذاری مدیریت دانش سروکار دارد (لئونارد^۳، ۱۹۹۰).

مزیت رقابتی و نقش مدیریت دانش در ارتقاء آن

با توجه به اینکه عنصر کلیدی برای موفقیت سازمانی در عصر پسا صنعتی، بتدریج از مدیریت دارایی‌های فیزیکی به سرمایه‌های فکری و دارایی‌های دانشی منتقل شده، اهداف کسب و کار امروز به دنبال کانال‌های مختلف به دست آوردن دانش جدید، جهت حفظ مزیت رقابتی پایدار متمرکز گشته است. دستیابی به دانش، در فرآیندهای مختلف مدیریت سازمان تأثیر می‌گذارد. بنابراین، شرکت‌ها، به دنبال منابع مختلف برای بدست آوردن دانش

۱. Al-Hakim & Hassan

۲. Davenport

۳. Leonard

جدید جهت حفظ مزیت رقابتی پایدار، هستند و امروزه، مدیریت دانش، به یک مسئله مهم در مدیریت کسب و کار تبدیل شده است (عبدی و آمانسنین^۱، ۲۰۱۴). دنیای پیرامون ما در حال پیشرفت سریع و غیرقابل تصور است، و در این دنیای پیشرو ملتها و جوامع هستند که باید سرعت فهم و تعامل خود را با جهان پیرامون افزایش دهند و علم و دانش خود را با دانش روز تطبیق دهند، اگر جوامع بتوانند هم قدم با دنیای امروز پیش روند به طور قطعی از مزایای این پیشرفت بهره خواهند برد و اگر نتوانند به سرعت خود بیفزایند، از سایر جوامع جدا خواهند شد و در انزوا به سر خواهند برد. مدیریت یک سازمان باید توانایی این را داشته باشد تا دانش موجود در سازمان را به بهترین نحو مدیریت کند و با رواج برخی فرهنگ‌های سازمانی موثر از جمله فرهنگ تسهیم دانش در بین کارکنان، اثربخشی مدیریت دانش در سازمان را افزایش دهد (داروچ^۲، ۲۰۰۵). بدین ترتیب در عصر اقتصاد دانش محور انتظار می‌رود منابع و شایستگی‌ها، عامل تعیین کننده‌ای برای بقاء سازمان‌ها در محیط پویا و رقابتی باشند. از آنجا که دانش جایگزین تجهیزات، سرمایه، مواد و نیروی کار به عنوان مهمترین عنصر در تولید شده است؛ پیش‌بینی می‌شود مزیت رقابتی در آینده با منابع دانش یا همان کارکنان دانشی تعیین شود (مرندی و همکاران، ۲۰۱۸).

مدیریت دانش رویکردهای نظام‌مند چگونگی درک و استفاده از دانش برای دستیابی به اهداف سازمان را در بر می‌گیرد. مقابله با محیط پر از ابهام، رقابت و نیاز به بهره‌وری بالا چیزی است که ضرورت استفاده از مدیریت دانش به عنوان یک نیاز اساسی و اولویت استراتژیک برای سازمان‌های هزاره سوم را مطرح می‌کند. اعمال مدیریت دانش در بخش دولتی می‌تواند کاهش هزینه‌ها، سرعت و کیفیت بالای خدمات به مراجعان را در پی داشته باشد و به طریقی مشابه در بخش خصوصی سودآوری و رضایت مشتریان را فراهم آورد. بنابراین، برای رسیدن به یک تشکیلات و سازمان متحول، پیشرو و در عین حال خلاق، زنده و پویا که در آن اهداف فردی و سازمانی نیز همسو باشند، تکیه بر

۱. Abdi & AmatSenin

۲. Darroch

مدیریت دانش ضروری است (عالم تبریز و محمدرحیمی، ۱۳۸۷: ۴۹ - ۴۸). در صورت به کارگیری مؤثر مدیریت دانش، سازمان‌ها می‌توانند به فواید زیادی دست یابند که می‌توان به صورت زیر خلاصه کرد (الوانی، ۱۳۸۷):

- خدمات و محصولات بهتر؛
- کاربردهای سریع تر نظرات و اختراعات؛
- دستیابی به اقدامات بهتر صنعتی و با شیوه‌های نوین؛
- برتری بر رقیبان در عرصه رقابت؛
- کاهش هزینه‌های تولید؛
- حضور در بازار جدید و برقراری ارتباط بهتر؛
- افزایش سطح یادگیری سازمانی؛
- تقویت سطح فرهنگی سازمان.

کسب توانمندی‌های رقابتی در جهان امروز به یکی از چالش‌های اساسی کشورهای مختلف در سطح بین‌المللی تبدیل شده است. مزیت رقابتی دارای مفاهیم و تعاریف متعددی است که در زیر به چند مورد از آنها اشاره می‌شود: مزیت رقابتی عبارت از میزان جذابیت پیشنهادهای شرکت در مقایسه با رقبای مشتریان است. ضریب رقابتی، تمایز در ویژگی‌ها یا ابعاد هر شرکتی است که آن را قادر به ارائه خدمات بهتر از رقبای مشتریان می‌کند. به طور کلی، مؤلفه‌های مفهوم مزیت رقابتی شامل ارزش آفرینی، بازارگرایی، خشنودی مشتری، شناخت توان بالقوه، حرکت دادن توان بالفعل، انگیزه‌سازی، مهارت‌سازی، قیمت مناسب، پاسخ‌گویی و نوآوری است (داروچ، ۲۰۰۵).

مدیریت دانش در بنگاه‌های نوآور از اهمیت فراوانی برخوردار است. در این راستا توجه ویژه‌ای به دانش تعاملی و ابعاد دانش و ارتباط آن با نوآوری شده است و تمرکز بر نوآوری در دانش به عنوان یک منبع اصلی مزیت رقابتی محسوب می‌شود (مرندی و همکاران، ۲۰۱۸: ۱۳). در مسیر ایجاد این مزیت رقابتی دو نکته مهم قابل تعمق است: نخست این که، سازمان بتواند به واسطه شایستگی‌های خود، مزیت رقابتی پایداری خلق

کند که برای مشتریان ارزشمند بوده، همواره برتر از رقبای باشد. دوم، به خاطر افزایش پیچیدگی‌های محیطی و شدت رقابت، مزیت رقابتی بایستی با مزیت‌های جدیدی جایگزین شوند؛ بر این اساس سازمان باید به فکر پیدا کردن مزیت‌های رقابتی پایدار برای خود باشد. قابلیت‌های شرکت، ترکیبی است از مهارت‌ها، دانش و رفتارهایی که در سرتاسر سازمان وجود دارد و در افراد، سامانه‌ها، فرآیندها و ساختارها منعکس می‌شود (داف^۱، ۲۰۰۶). ایجاد و استفاده از دانش، سابقه طولانی دارد اما مدیریت دانش بحث جدید و نوپایی است که استفاده از آن سابقه طولانی ندارد و در زمینه نقش موفقیت مدیریت دانش در کسب مزیت رقابتی نیز پژوهش‌های زیادی در صنایع کوچک و متوسط انجام نشده است (هیسمان‌اوقلو^۲، ۲۰۱۱). در ارتباط با به کارگیری ابزارهای فناوری نوین برای ارائه خدمات مناسب به مشتریان بدون در نظر گرفتن ابعاد زمانی و مکانی مطالعاتی انجام شده است. از جمله نتایج تحقیق تقی‌زاده (۱۳۸۵) بیانگر آن است که در اثر به کارگیری فناوری اطلاعات در سازمان مورد مطالعه، سرعت ارائه خدمات به کاربران افزایش یافته و زمان دستیابی و بازیابی اطلاعات کاهش یافته است که این حاکی از افزایش اثربخشی سازمان است. تارخ و همکاران (۱۳۹۰) در تحقیقی با عنوان نقش ابزارهای فناوری اطلاعات در پیاده‌سازی اثربخش سامانه‌های مدیریت دانش با استفاده از تکنیک تحلیل شکاف به این نتیجه رسیدند که شرکت مورد مطالعه به خوبی از فناوری اطلاعات استفاده می‌کند و این فرصت وجود دارد تا با برنامه‌ریزی درست و اجرای مناسب سیستم مدیریت دانش در شرکت، بتواند از حداکثر ظرفیت موجود آن بهره‌برد. نتایج تحقیق سبحانی و همکاران (۱۳۹۲) بیانگر این است که سازمان‌های مورد مطالعه در زمینه استفاده از فناوری اطلاعات تا سطح بسیار خوب فاصله دارند. از نظر آنان، امروزه فناوری اطلاعات فراتر از ایجاد ارتباط مستقیم میان افراد از طریق برنامه‌های کاربردی مانند پست الکترونیک، اتاق گفتگو، ویدئو کنفرانس و جز آن است و می‌تواند به عنوان یک پایگاه اطلاعاتی با

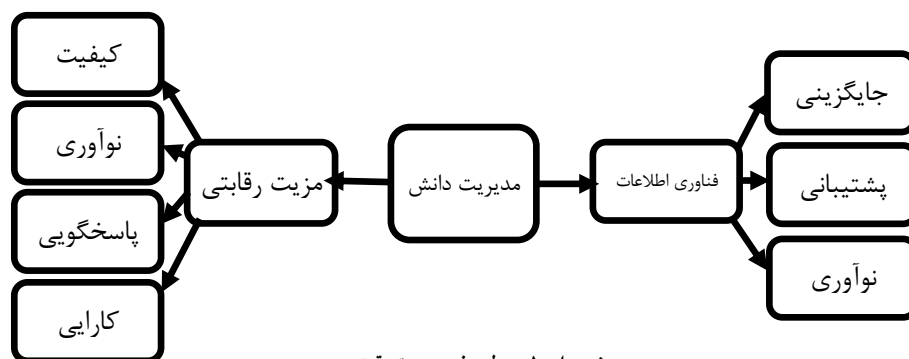
۱. Duff

۲. Hismanoglu

ذخیره سازی و تسهیم دانش، بهترین شیوه برای حفظ سرمایه های فکری در سازمان باشد (تقی زاده، ۱۳۸۵). تسنگ (۲۰۰۸) با بررسی رابطه فناوری اطلاعات و مدیریت دانش در شرکت های موجود در تایوان وجود رابطه مثبت و معنی داری میان فناوری اطلاعات و مدیریت دانش را تأیید کرد. نیلز (۲۰۱۰) در بررسی وضعیت مدیریت دانش در بخش صنعت آفریقای جنوبی به این نتیجه رسید که فناوری اطلاعات در تقویت و ارتقاء جایگاه مدیریت دانش مؤثر است. گوییماریز و همکاران^۱ (۲۰۱۸) مدیریت دانش را به عنوان یک محرک استراتژیک بررسی کردند و در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که مدیریت دانش بر مزیت رقابتی پایدار تأثیر گذار است. مرنندی و همکاران (۲۰۱۸) به این نتیجه رسیدند که فعالیت های مدیریت دانش می توانند به طور مستقیم نوآوری و عملکرد سازمانی را تحت تأثیر قرار داده و به طور غیرمستقیم روی افزایش ظرفیت نوآوری تأثیر بگذارند. همچنین، آنها نشان دادند که خلق دانش، ادغام دانش، و کاربردهای دانش می توانند عملکرد را تسهیل بخشند.

با بررسی مبانی نظری و تحقیقات انجام گرفته، مدل مفهومی برای این تحقیق به شکل نمودار شماره ۱ در زیر ترسیم شده است. در نمودار مذکور به کارگیری فناوری اطلاعات نقش متغیر مستقل و کسب مزیت رقابتی نقش متغیر وابسته را دارد و مدیریت دانش نقش متغیر میانجی را بین دو متغیر ذکر شده ایفا می کند.

۱. Guimaraes & et al



نمودار ۱. مدل مفهومی تحقیق

فرضیه اصلی: به کارگیری فناوری اطلاعات بر کسب مزیت رقابتی با میانجیگری مدیریت دانش تأثیر دارد.

فرضیات فرعی:

به کارگیری فناوری اطلاعات بر مدیریت دانش تأثیر معنی داری دارد.

به کارگیری فناوری اطلاعات بر کسب مزیت رقابتی تأثیر معنی داری دارد.

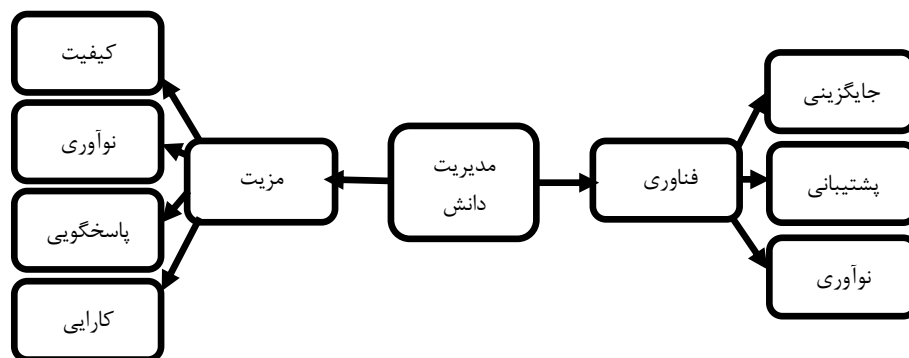
مدیریت دانش بر کسب مزیت رقابتی تأثیر معنی داری دارد.

روش شناسی

پژوهش حاضر در دسته پژوهش‌های توصیفی پیمایشی است. برای جمع‌آوری داده‌ها از دو روش مطالعات کتابخانه‌ای و پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش کارکنان شرکت بیمه ایران استان آذربایجان شرقی به تعداد حدود ۴۰۰ نفر بودند. روش نمونه‌گیری، تصادفی ساده بود و تعداد نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۲۳۵ نفر بدست آمد.

ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه سه قسمتی و ۵۰ سؤالی بود که پرسشنامه به کارگیری فناوری اطلاعات هیکس با سه بعد اصلی بعد جایگزینی، بعد پشتیبانی و بعد نوآوری و ۱۹ گویه؛ پرسشنامه نگرش نسبت به تسهیم دانش دیکسون با ۱۵ گویه؛ پرسشنامه مزیت رقابتی هیل و جونز با چهار مؤلفه کیفیت، نوآوری، پاسخگویی به

مشتریان، کارایی و ۱۶ گویه مورد استفاده قرار گرفت. پایایی پرسشنامه‌ها به روش آلفای کرونباخ بررسی شد که برای به کارگیری فناوری اطلاعات ۰/۸۹ و برای تسهیم دانش ۰/۹۲ و برای مزیت رقابتی ۰/۹۵ به دست آمد و روایی آنها نیز با روش اعتبار محتوا تأیید شد. فرضیه‌های تحقیق با استفاده از نرم‌افزار لیزرل و با ارائه مدل معادلات ساختاری تحلیل شد.



نمودار ۱. مدل مفهومی تحقیق

یافته‌ها

جهت توصیف ویژگی‌های عمومی پاسخ‌دهندگان از شاخص‌های آمار توصیفی استفاده شده است. یافته‌ها نشان داد که از بین ۲۳۵ نفر شرکت‌کننده، ۱۴۷ نفر مرد و ۸۸ نفر زن بودند. از نظر متغیر سن ۴۳ نفر از افراد تا ۳۰ سال سن، ۵۲ نفر از پاسخ‌دهندگان نیز ۳۲ تا ۴۰ سال سن، ۱۱۰ نفر از افراد سن ۴۱ تا ۵۰ سال و ۲۸ نفر بیش از ۵۰ سال سن داشتند. از نظر متغیر سابقه کار ۴۹ نفر از افراد کمتر از ۵ سال سابقه کار، ۷۷ نفر از پاسخ‌دهندگان نیز ۶ تا ۱۰ سال سابقه کار، افراد دارای سابقه کار ۱۱ تا ۱۵ سال شامل ۷۰ نفر و افرادی دارای بیش از ۱۵ سال سابقه ۳۹ نفر بودند. به منظور بررسی نرمال بودن متغیرهای پژوهشی از آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف استفاده شده است. پیش از استفاده از آزمون‌های آماری ابتدا باید آزمون نرمال بودن انجام شود. زیرا قبل از هر گونه آزمونی که با فرض نرمال بودن داده‌ها صورت می‌گیرد باید از نرمال بودن داده‌ها اطمینان حاصل شود. هنگام بررسی نرمال بودن داده‌ها، فرض صفر مبتنی بر اینکه توزیع داده‌ها

نرمال است در سطح خطای ۵٪ آزمون می‌شود. براساس نتایج بدست آمده در تمامی موارد مقدار معناداری بزرگتر از ۰/۰۵ بدست آمده است. بنابراین، توزیع داده‌های هریک از متغیرها نرمال بوده و می‌توان از آزمون‌های پارامتریک و تحلیل عامل تأییدی استفاده کرد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و فرضیه‌های تحقیق از نرم‌افزار لیزرل و آزمون معادلات ساختاری استفاده شد که نتایج این آزمون‌ها در ادامه به طور کامل تشریح می‌شوند.

بررسی برازش مدل تحقیق

در تحقیق حاضر با توجه به کاربرد معادلات ساختاری، ابتدا ارتباط بین متغیرهای مکنون با ضریب بتا برآورد شد. در حقیقت با این کار به طور همزمان، تمامی ضرایب رگرسیون چندگانه، محاسبه شد؛ سپس، با استفاده از تست t معناداری ضریب بتا و معادلات ساختاری بین متغیرها به دست آمد. قبل از انجام تحلیل نهایی و مدلیابی معادلات ساختاری، ابتدا شاخص‌های برازندگی مدل توسط نرم‌افزار لیزرل محاسبه شد و میزان برازندگی مدل با استفاده از تست کای دو مشخص شد؛ جدول ۲ شاخص‌های برازش مدل تحقیق را نشان می‌دهد.

نتایج برازش مدل ساختاری در جدول ۱، نشان می‌دهد مدل پژوهش از برازش مناسبی برخوردار است. شاخص‌های خوب بودن برازش مدل عبارتند از: X^2/df و RMSEA و GFI و AGFI. هر چه مقدار کای دو به درجه آزادی کوچکتر از ۳ باشد مدل دارای برازش بهتری است. شاخص RMSEA، همان میانگین مجذور خطاهای مدل است و این شاخص بر اساس خطاهای مدل ساخته می‌شود و اگر زیر ۰/۸ باشد قابل قبول است، اگر زیر ۰/۵ باشد خیلی خوب است. همچنین اگر مقادیر GFI و AGFI بالاتر از مقدار ۰/۹ باشد، مدل اندازه‌گیری از برازش خوبی برخوردار است.

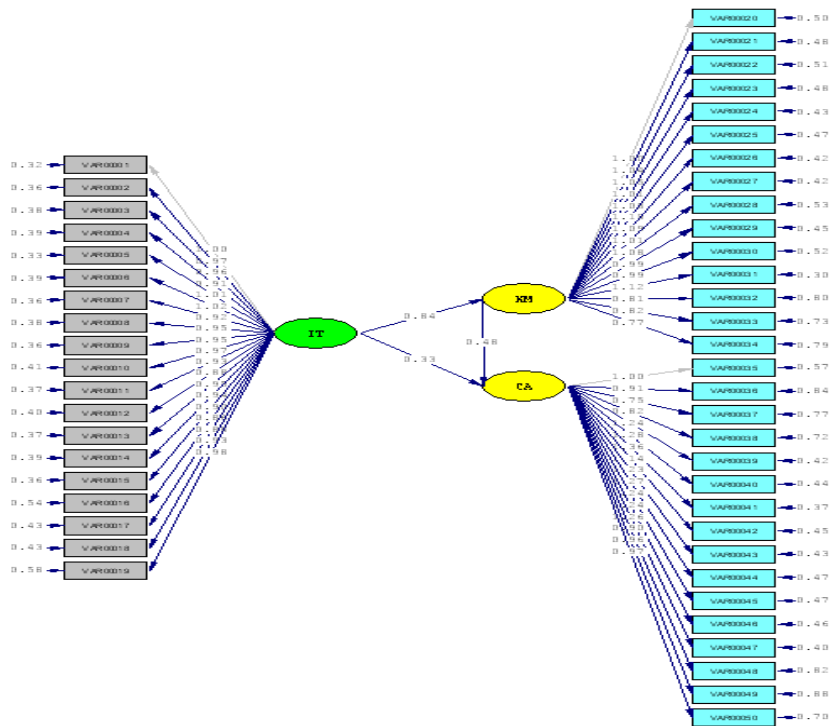
جدول ۱: شاخص‌های برازش مدل تحقیق

ردیف	معیارهای برازش مدل	شاخص	مقدار به دست آمده	مقدار مجاز	نتیجه برازش
۱	کای دو نسبی	X^2/DF	۲/۱۸	$3 <$	خوب

۲	ریشه میانگین مجذورات تقریب	RMSEA	۰/۰۷۶	$0/1 <$	متوسط
۳	شاخص برازش هنجار شده	NFI	۰/۹۵	$0/9 >$	خوب
۴	شاخص نرم برازندگی	NNFI	۰/۹۸	$0/95 >$	متوسط
۵	شاخص برازش مقایسه‌ای	CFI	۰/۹۴	$0/9 >$	خوب
۶	شاخص برازندگی	GFI	۰/۹۶	$0/9 >$	متوسط
۷	برازندگی تعدیل یافته	AGFI	۰/۸۹	$0/9 >$	ضعیف

بررسی فرضیه‌های تحقیق و نتایج آزمون معادلات ساختاری

در این تحقیق برای بررسی فرضیه‌ها و روابط بین متغیرها، از آزمون معادلات ساختاری استفاده شد. این دسته از معادلات در واقع، معادله‌هایی هستند که روابط مفروض میان متغیرهای پنهان یا اصلی در مدل را مشخص می‌کنند و از طریق برقراری آنها، ضرایب استاندارد شده رگرسیون یا همان ضرایب مسیر، و در انتهای هر معادله نیز جمله خطا محاسبه می‌شود. خروجی لیزرل برای معادلات ساختاری در تحقیق حاضر در حالت ضرایب استاندارد شده به شکل زیر است. نمودار ۲ و ۳ روابط مذکور را به ترتیب در حالت ضرایب استاندارد شده و معنی‌داری بین متغیرها را نشان می‌دهد. (ضرایب استاندارد گزارش شده‌اند و تمام ضرایب در سطح ۵ درصد معنادار هستند؛ فناوری اطلاعات=IT، مزیت رقابتی=CA، مدیریت دانش=KM).



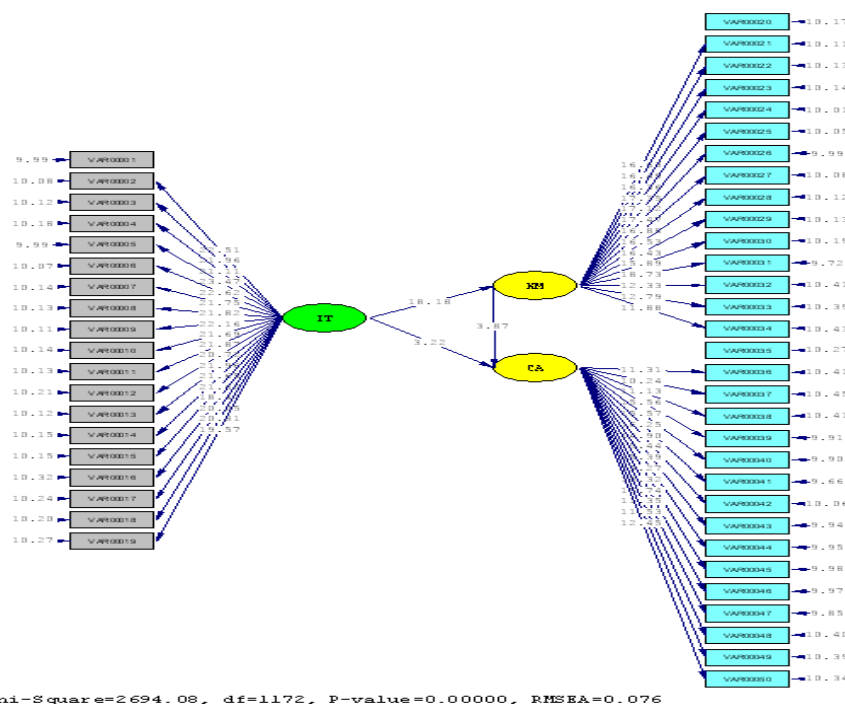
Chi-Square=2694.08, df=1172, P-value=0.00000, RMSEA=0.076

نمودار ۲: تأثیر فناوری اطلاعات بر کسب مزیت رقابتی با میانجیگری مدیریت دانش در حالت ضرایب استاندارد

یافته‌های تحلیل انجام شده، نشان داد که به کارگیری فناوری اطلاعات دارای تأثیر مثبت و مستقیم بر مدیریت دانش است ($\beta=0/84$)، و ضریب معناداری آن برابر ۱۸/۸ به دست آمد و با توجه به اینکه این ضریب بالاتر از ۱/۹۶ است به این ترتیب، این فرضیه که به کارگیری فناوری اطلاعات به طور مستقیم مدیریت دانش را تحت تأثیر قرار می‌دهد، تأیید شد. فرضیه دیگر این پژوهش این بود که به کارگیری فناوری اطلاعات دارای اثر معنی‌داری بر کسب مزیت رقابتی است، یافته‌ها نشان داد که این اثر مثبت و مستقیم ($\beta=0/33$) است، و ضریب معناداری آن ۳/۲۲ بدست آمد و با توجه به اینکه این ضریب بالاتر از ۱/۹۶ است، از اینرو فرضیه دوم نیز تأیید شد. فرضیه سوم این مطالعه بررسی تأثیر مدیریت دانش بر کسب مزیت رقابتی بود. یافته‌ها نشان داد که مدیریت دانش به طور مستقیم و در جهت مثبت کسب مزیت رقابتی را تحت تأثیر قرار می‌دهد ($\beta=0/48$)، و

ضریب معناداری آن ۳/۸۷ بدست آمد و با توجه به اینکه این ضریب بالاتر از ۱/۹۶ است، بدین ترتیب فرضیه سوم نیز تأیید شد.

فرضیه اصلی تحقیق مربوط به اثر غیرمستقیم به کارگیری فناوری اطلاعات بر کسب مزیت رقابتی با نقش واسطه‌ای مدیریت دانش بود. یافته‌ها نشان داد که مدیریت دانش در رابطه بین به کارگیری فناوری اطلاعات و کسب مزیت رقابتی نقش میانجی ایفا می‌کند ($\beta=0/403$)؛ این اثرگذاری غیرمستقیم قابل توجه بوده و از نظر آماری مورد تأیید است. نمودار ۳ روابط مذکور بین متغیرها را در حالت معنی‌داری بین متغیرها را نشان می‌دهد.



نمودار ۳: تأثیر فناوری اطلاعات بر کسب مزیت رقابتی با میانجیگری مدیریت دانش در حالت ضرایب معنی‌داری

بنابراین، تحلیل مسیر درباره ارتباط بین متغیرها بیانگر آن است که تأثیر مستقیم فناوری اطلاعات بر کسب مزیت رقابتی و مدیریت دانش مورد تأیید بوده است و همچنین،

تأثیر غیرمستقیم به کارگیری فناوری اطلاعات بر کسب مزیت رقابتی معنی دار است. جدول شماره ۲ اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرها را نشان می دهد.

جدول ۲: نتایج ضرایب مستقیم، غیرمستقیم رابطه متغیرهای پژوهش

مسیر	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم
تأثیر به کارگیری فناوری اطلاعات بر مدیریت دانش	۰/۸۴	-
مدیریت دانش بر کسب مزیت رقابتی	۰/۴۸	-
به کارگیری فناوری اطلاعات بر کسب مزیت رقابتی	۰/۳۳	-
نقش واسطه مدیریت دانش در رابطه فناوری اطلاعات و کسب مزیت رقابتی	-	۰/۴۰

بحث و نتیجه گیری

فناوری اطلاعات نقش کلیدی در موفقیت و یا شکست یک سیستم مدیریت دانش ایفا می کند. چرا که هر یک از فرآیندهای مدیریت دانش به فناوری اطلاعات وابسته است و مدیریت دانش به دنبال بهره وری بالای سازمانی است تا برای سازمان موقعیتی ممتاز در عرصه رقابت ایجاد کند و این مهم را از طریق افزایش دانش، آگاهی و مهارتهای کارکنان و ایجاد جوی مشارکتی سرشار از خلاقیت انجام می دهد و به دنبال آن است که کارآیی و اثربخشی سازمان به نحو چشمگیری بهبود و سازمان به مزیت رقابتی دست می یابد. سازمان هایی که در پی پیشرفت و ارتقا هستند، با مدیریت کردن دانش می توانند از قدرت آن برای رسیدن به اهدافشان استفاده کنند.

این پژوهش با هدف ارزیابی میزان تأثیر ابزارهای فناوری اطلاعات بر کسب مزیت رقابتی با بررسی نقش واسطه مدیریت دانش در شرکت بیمه ایران انجام شد. نتایج به دست آمده بیانگر آن است که به کارگیری فناوری اطلاعات بر مدیریت دانش تأثیر معنی داری دارد. نتیجه حاصل از تأیید این فرضیه، اهمیت فناوری اطلاعات را در اداره و مدیریت ذخیره سازی و دسترسی به مستندات نشان می دهد. بدین ترتیب که فناوری اطلاعات می تواند ابزارهای مؤثر و کارآمد برای همه وجوه مدیریت دانش، شامل تسخیر، اشتراک، ذخیره سازی و کاربرد دانش را تأمین کند و قابلیت فناوری اطلاعات در کاوش؛ تهیه

نمایه؛ تلفیق، بایگانی و انتقال اطلاعات می‌تواند تحولی در گردآوری، سازماندهی، رده‌بندی و اشاعه اطلاعات بیان کند. نتایج فرضیه‌های دیگر نشان داد که به کارگیری فناوری اطلاعات و مدیریت دانش بر کسب مزیت رقابتی تأثیر معنی‌داری دارند و نتیجه حاصل از این فرضیه اهمیت به کارگیری فناوری اطلاعات و دانش را به عنوان یک دارایی ارزشمند و یک منبع و سرمایه راهبردی در سازمان مطرح می‌کند. بدین ترتیب، دستیابی به دانش، در فرآیندهای مختلف مدیریت سازمان تأثیر می‌گذارد و بنابراین، شرکت‌ها، به دنبال منابع مختلف برای به دست آوردن دانش جدید در جهت حفظ مزیت رقابتی پایدار هستند. همچنین، نتیجه حاصل از تأیید فرضیه اصلی نشان داد که به کارگیری فناوری اطلاعات بر کسب مزیت رقابتی با میانجیگری مدیریت دانش تأثیر دارد. این اثرگذاری غیرمستقیم قابل توجه بوده و از نظر آماری مورد تأیید است. نتایج به دست آمده از این پژوهش، با یافته‌های تحقیق تقی‌زاده (۱۳۸۵) که نشان داد به کارگیری فناوری اطلاعات در سازمان کتابخانه‌ها، موزه‌ها و مرکز اسناد آستان قدس رضوی افزایش اثربخشی سازمان را در پی داشته است؛ تحقیق تسنگ (۲۰۰۸) که وجود رابطه مثبت و معنی‌داری میان فناوری اطلاعات و مدیریت را در شرکت‌های موجود در تایوان تأیید کرد و تحقیق نیلز (۲۰۱۰) مؤثر بودن فناوری اطلاعات در تقویت و ارتقاء جایگاه مدیریت دانش بخش صنعت و کسب مزیت رقابتی آفریقایی جنوبی را نشان داد، همخوانی دارد. با توجه به یافته‌های پژوهش، پیشنهاد می‌شود: تلفیقی از ابزارهای فناوری اطلاعات موجود برای بهبود جریان مدیریت دانش در شرکت سهامی بیمه ایران به منظور به دست آوردن مزیت رقابتی استفاده شود. برای ایفای نقش مؤثرتر ابزارهای فناوری اطلاعات در بخش فرآیند مدیریت دانش، زیرساخت‌های فناوری تقویت شود و همچنین، پیشنهاد می‌شود که به ظرفیت بعد نوآوری فناوری اطلاعات در جهت دسترسی به دانش بهینه و لزوم برنامه‌ریزی صحیح در این زمینه توجه شود. در دوره‌های آموزش ضمن خدمت کارکنان برای افزایش سطح به کارگیری صحیح فناوری اطلاعاتی برای جدیدترین دوره‌های فناوری اطلاعات و چگونگی تبادل

دانش از این طریق تلاش شود. به محققان آینده نیز پیشنهاد می‌شود که در مطالعات خود ارتباط و تعامل بین ابعاد مدیریت دانش، فناوری اطلاعات و مزیت رقابتی را بررسی کنند.

منابع

۱. اصنافی، الف، و حمیدی، ع (۱۳۸۶). نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه آموزش و دانش با تاکید بر نقش کتابخانه‌های مجازی. تهران: مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران.
۲. الوانی، م (۱۳۸۷). مدیریت عمومی. تهران: انتشارات نی.
۳. پناهی، ب (۱۳۹۳). مدیریت منابع انسانی پیشرفته. تهران: نشر انتخاب.
۴. پناهی، ب.، ویسه، م. و تابان، م (۱۳۹۶). سیستم‌های اطلاعاتی در عصر مجازی. تهران: انتشارات دارالفنون.
۵. تارخ، م.، میرزایی، ر.، و الوندی، ن (۱۳۹۰). بررسی نقش ابزارهای فناوری اطلاعات در پیاده سازی اثربخش سیستم‌های مدیریت دانش با استفاده از تکنیک تحلیل شکاف (مطالعه موردی: شرکت ایران خودرو) نشریه بین‌المللی مهندسی صنایع و مدیریت تولید، ۲۲(۴)، ۴۰۶-۴۱۷.
۶. تقی‌زاده، الف (۱۳۸۵). بررسی تأثیر سیستم فناوری اطلاعات بر اثربخشی سازمان کتابخانه‌ها، موزه‌ها و مرکز اسناد آستان قدس رضوی. پایان نامه کارشناسی ارشد. تهران: دانشگاه شهید بهشتی. دانشکده مدیریت و حسابداری.
۷. جعفری مقدم، س (۱۳۸۲). مستندسازی تجربیات مدیران (از دیدگاه مدیریت دانش) تهران: مؤسسه تحقیقات و آموزش مدیریت.
۸. خوانساری، ج (۱۳۸۴). راهبردهای بهبود و تنوع در نظام بانکی کشور: مورد کاوی بانک کشاورزی، شانزدهمین همایش بانکداری بدون ربا، ۸-۹ شهریور، ۱۹۱-۲۳۶.
۹. رحمانی یوشانلوئی، ع.، ابراهیمی، م.، و سلیمانی ملکان، ح (۱۳۹۰). برنامه‌ریزی استراتژیک فناوری اطلاعات و ارتباطات. تهران: انتشارات تولید دانش.
۱۰. سبجانی، ی.، هنری، ح.، شهبایی، ج.، و احمدی، ع (۱۳۹۲). رابطه فناوری اطلاعات و مدیریت دانش در فدراسیون‌های ورزشی، فصلنامه مدیریت ورزشی، ۵(۲)، ۱۷-۷۳.
۱۱. عالم تبریز، الف. و محمدرحیمی، ع (۱۳۸۷). مدیریت دانش و برنامه‌ریزی منابع سازمانی. تهران: انتشارات صفار.
۱۲. مانیان، الف، صارمی، م.، و عرب‌سرخی، الف (۱۳۸۷). ارائه مدلی مفهومی جهت سنجش آمادگی سازمان برای هم راستایی استراتژیک فناوری اطلاعات و کسب و کار (بررسی موردی مرکز تحقیقات مخابرات ایران). فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت فناوری اطلاعات، ۱(۱)، ۸۳-۱۰۴.
۱۳. نیاز آذری، ک.، بهنام فر، ر.، و اندی، ص (۱۳۹۱). تأثیر بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات در یادگیری دانش آموزان دوره ابتدایی. فصلنامه فناوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی، ۲(۲)، ۳۱-۴۳.
۱۴. Abdi, K., & AmatSenin, A. (۲۰۱۴). Investigating the impact of knowledge management on organizational innovation: conceptual framework. International Research Journal of Applied and Basic Sciences, Vol ۸ (۶): ۶۸۶-۶۹۱.
۱۵. Al-Hakim, L., & Hassan, S. (۲۰۱۳). Knowledge management strategies, innovation, and organizational performance: An empirical study of the Iraqi MTS. Journal of Advances in Management Research. ۱۰(۱), ۵۸-۷۱.

۱۶. Ansari, M. Appelbaum, E. Bailey, T. Berg, P. (۲۰۱۲). Knowledge sharing over the network, thin solid film. Proceedings of ۲nd International symposium on the manipulation of advanced smart Materials, ۵۱۷(۴) ۱۵۱۲-۱۵۱۴.
۱۷. Alavi C.W. Leidner, E. (۲۰۰۱). The inseparability of modern knowledge management and computer based Technology. Journal of Knowledge Management, ۹ (۱), ۴۲- ۵۲.
۱۸. Centobelli, P., Cerchione, R., & Esposito, E (۲۰۱۸). Aligning enterprise knowledge and knowledge management systems to improve efficiency and effectiveness performance: A three-dimensional Fuzzy-based decision support system. Expert Systems with Applications, ۹۱, ۱۰۷-۱۲۶.
۱۹. Chong, S. C., and Choi, Y. S. (۲۰۰۵), "Critical Factors in the Successful Implementation of Knowledge Management", Journal of Knowledge Management Practice, ۵. Retrieved from www.tlaintc.com/article۹۰.htm.
۲۰. Darroch, J. (۲۰۰۵). Knowledge management, innovation and firm performance. Journal of Knowledge Management, ۹ (۳), ۱۰۱-۱۱۵.
۲۱. Davenport, T.H. DeLong, D.W. Beers, M.C. (۱۹۹۸). Successful knowledge management projects. Sloan knowledge review, ۳۲(۲), ۴۳-۵۷.
۲۲. Duff, A. (۲۰۰۶). Information society studies. London: Rutledge.
۲۳. Edwards, J. S. (۲۰۰۹). Business processes and knowledge management, Encyclopedia of Information Science and Technology, Second ed., I, ۴۷۱-۴۷۶.
۲۴. Garavelli, A. Krishnamoorthy, M. Singh, G. and Venkateswaran, J. (۲۰۰۴). Coordination in amultiple producers–distributor supply chain and the value of information. International Journal of Production Economics, ۱۶۷, ۶۳-۷۳.
۲۵. Grant, G. & Marca, D. (۱۹۹۶). Designing Groupware. New York: McGrawHill.
۲۶. Guimaraes, J. C. F. d., Severo, E. A., & Vasconcelos, e. R. M (۲۰۱۸). The influence of entrepreneurial, market, knowledge management orientations on cleaner production and the sustainable competitive advantage. Journal of Cleaner Production, ۷۴ (۲۰۱۸) ۱۶۵۳-۱۶۶۳.
۲۷. Hill, C. W., & Jones, G. R. (۲۰۱۰). Strategic management theory: An integrated approach (۹th Ed.). Mason, OH: South-Western/Cengage Learning.
۲۸. Heeks, R. (۲۰۰۲). Failure, success and improvisation of information system project t in developing countreis, institute for development policy and management, University of Manchester.
۲۹. Hismanoglu, M. (۲۰۱۱). The integration of information and communication technology into current ELT coursebooks: a critical analysis. Procedia social and behavioral sciences, ۱۵, ۳۷-۴۵.
۳۰. Leonard, D. (۱۹۹۰). Wellsprings of knowledge: building and sustaining the sources of innovation. Boston, MA: Harvard business school press.

۳۱. Mardani, A., Nikoosokhan, S., Moradi, M., & Doustar, M (۲۰۱۸). The Relationship between Knowledge Management and Innovation Performance. Journal of High Technology Management Research, ۲۹, ۱۲-۲۶.

۳۲. Neels, C. J. & Johnson, D. (۲۰۱۰). Information management as an enabler of knowledge management maturity: a south African perspective. International journal of information management, ۳۰, ۵۷-۶۷.

استناد به این مقاله:

شناسه دیجیتال (DOI): ۱۰.۲۲۰۹۱/stim.۲۰۱۸.۳۶۴۱.۱۲۵۷

پناهی، ب (۱۳۹۷). «تاثیر به کارگیری فناوری اطلاعات بر کسب مزیت رقابتی با نقش میانجی مدیریت دانش». علوم و فنون مدیریت اطلاعات، ۴ (۳)، ۱۳۳-۱۵۸.