

شماره مقاله: ۱۰۷۲

# اولویت بندی برندهای سرآمد تولیدی در استان اصفهان بر اساس عوامل کلیدی

## موفقیت مدیریت دانش با استفاده از TOPSIS فازی

طاهره کاویانی باغبادرانی<sup>۱\*</sup>، هادی شیرویه‌زاد<sup>۲</sup>، فریماه مخاطب‌رفیعی<sup>۳</sup><sup>۱</sup> دانشگاه آزاد اسلامی، واحد نجف آباد، دانشکده فنی مهندسی، گروه مهندسی صنایع، نجف آباد، اصفهان<sup>۲</sup> گروه مهندسی صنایع، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه صنعتی اصفهان، اصفهان

\*نویسنده مسئول مکاتبات: taherehkaviani.3189@gmail.com

### چکیده:

عامل اصلی مزیت رقابتی سازمان‌های امروزی، دانش است. مدیریت دانش به عنوان یک رویکرد نوین، تلاش آگاهانه برای خلق، نشر و کاربرد دانش به نحوی که نتایج ارزنده‌ای برای سازمان به ارمغان آورد، می‌باشد. عوامل کلیدی موفقیت اثر قابل توجهی بر موضع رقابتی سازمان داشته است، لذا شناسایی عوامل موفقیت یا عدم موفقیت مدیریت دانش برای سازمان ضروری و با اهمیت است. هدف این مقاله اولویت بندی برندهای سرآمد تولیدی در استان اصفهان، بر اساس عوامل کلیدی موفقیت مدیریت دانش است. به کمک مرور ادبیات، ۱۲ عامل اصلی و زیر عامل‌های فرعی هر یک از این عوامل شناسایی شدند. پرسشنامه‌ای بر اساس این عوامل طراحی شده است. روایی پرسشنامه توسط خبرگان در صنعت و دانشگاه و پایایی آن با کمک ضریب آلفای کرونباخ در نرم‌افزار SPSS بررسی گردید و از قابلیت اطمینان بالایی برخوردار بود. پس از ارسال پرسشنامه‌ها به مدیران ارشد، مدیران میانی، مدیران اجرایی و سرپرستان شاغل در این شرکت‌ها، تعداد ۷۳ پرسشنامه تکمیل شده است. با استفاده از تکنیک Topsis فازی بر روی داده‌های جمع آوری شده، تجزیه و تحلیل انجام گرفت و بر اساس این عوامل کلیدی سازمان‌ها رتبه‌بندی شده است. طبق نتایج بدست آمده شرکت ذوب ایران از شرکت‌های زیر مجموعه ذوب آهن اصفهان دارای رتبه اول و با شاخص شباهت ۰/۵۸۲ و در فاصله کمی از ذوب ایران شرکت برق پارس با شاخص شباهت ۰/۵۴۲ در مکان دوم قرار گرفته شده است و بقیه شرکت‌ها در رده‌های بعدی قرار دارند و در رتبه آخر سیمان سپاهان اصفهان جای گرفته است.

### کلمات کلیدی:

مدیریت دانش؛ عوامل کلیدی موفقیت؛ Topsis Fuzzy؛ برندهای سرآمد تولیدی استان اصفهان

### ۱ مقدمه

جامعه فراصنعتی امروزی جامعه‌ای اطلاعاتی است که در آن فن‌آوری‌های نیرو افزا جای خود را به فن‌آوری‌های دانش افزا می‌دهند. در حوزه تجارت شناخت رو به رشدی در رابطه با اهمیت دانش به عنوان یک منبع حیاتی برای سازمان‌ها وجود دارد [1]. دانش، خود بخش اعظم سرمایه سازمان‌ها و قدرتمندترین موتور تولید سازمان‌ها شده است پس سازمان‌ها باید بر مدیریت آن تاکید کنند [2]. در هر سازمانی یا واحد سازمانی یک تعداد نواحی حیاتی محدود وجود دارد که اگر در آن نواحی موفقیت حاصل شود، موفقیت سازمان تامین می‌شود [3]. تشخیص این عوامل حیاتی از گام‌های مهم در برنامه‌ریزی برای آینده سازمان‌هاست و بدون شناسایی این عوامل سازمان برنامه‌ریزی درستی برای آینده نداشته است از دیدگاه رولکارت عوامل حیاتی موفقیت عبارتند از حوزه‌های مشخص و محدود کاری که اگر در آنها نتایج رضایت بخش حاصل شود سازمان عملکرد رقابتی خواهد داشت. لذا شناسایی این عوامل نقش بسزایی در عملکرد بهینه سازمان و یا حتی واحد سازمانی خواهد داشت.

پرداختن به مقوله دانش و مدیریت دانش از آن جهت ضروری و مهم است که تئوری پردازان بزرگ اقتصادی و تجاری، دانش را به عنوان مزیت رقابت نهایی برای سازمان‌های جدید و کلید پیروزی آنها بیان کرده‌اند و استدلال می‌کنند که دانش تنها منبعی است که مشکل م یا حتی غیر ممکن است که تقلید یا کپی شود. دانش بیش از هر منبع گران بهایی چون منابع مالی، موقعیت بازار و یا فناوری برای سازمان‌ها اهمیت یافته است. زیرا از آن به عنوان منبع اصلی در انجام کارهای سازمان یاد می‌شود. بنابراین رهبران سازمان‌ها همواره به دنبال شناسایی عوامل کلیدی موفقیت مدیریت دانش جهت پیاده سازی و طراحی مدیریت دانش در سازمان‌هایشان هستند [4]. در دانش مدیریت، مدیریت دانش به عنوان یک پارادایم مطرح است و در نتیجه برای پیاده سازی مدیریت دانش سازمان‌ها ناچار هستند که عوامل کلیدی موفقیت مدیریت دانش را شناسایی کنند