

ثالثا: العوامل التي أسهمت في تطور ادارة المعرفة

1-: الاسبقيات الفكرية: تشمل مجموعة عوامل ترتبط بالتطورات في التفكير والمعرفة الانسانية وهي:

أ- تأثير تراكم الخبرة والتعلم : اداء الاشخاص يزداد دقة مع تكرار الفعل وان تكرار العمل يكسب الشخص خبرة اكبر وان الوقت الذي يحتاجه لتكرار العمل يكون اقل في المرة الثانية.

ب- علم الاجتماع : اسهم علم الاجتماع وفق المنظرين الكلي والجزئي في تطور ادارة المعرفة ، فعلى المستوى الكلي يتعلق بالهيكل المعقدة لشبكات العمل والاتصالات الداخلية في المنظمة كان لها علاقة مع ادارة المعرفة.

اما على المستوى الجزئي فان علم الاجتماع ركز على الحقائق الاجتماعية والسلوكيات التي يتم ملاحظتها . وقد اقتبست ادارة المعرفة ذلك الاهتمام بالحقائق الاجتماعية من خلال تركيزها على ما يفعله الناس بشكل حقيقي ، تلك الحقائق ترشد تطوير ادوات وتقنيات ادارة المعرفة.

٣- الفلسفة وعلم النفس : اسهم الفلاسفة في التمييز بين المعرفة الظاهرة والمعرفة الضمنية والذي جاء نتيجة لأفكارهم التي اسهمت بوضوح في ظهور ادارة المعرفة.

• اما علم النفس فقد اهتم بالانواع المختلفة للمعرفة ايضا فضلا عن تركيزه على كيف ولماذا الناس يتعلمون او ينسون او يتجاهلون او يفشلون في التعامل مع المعرفة .

٢ - العوامل الخارجية:

اسهمت مجموعة من العوامل الخارجية في تطور ادارة المعرفة تتمثل :

أ- العولمة والمنافسة الدولية: اصبح العالم سوقا واحدا وباتت المنتجات التي تصنع في شركة او بلد تجمع الان من مصادر متعددة حول العالم ، وفي ظل العولمة والمنافسة السائدة توجب على الشركات ان تسأل ذاتها:

• ماذا نعرف ؟ .

• من يعرفه ؟ .

• ماذا لا نعرفه ويجب ان نعرفه ؟ الاجابة الفاعلة والسريعة لمثل هذه الاسئلة تحتاج الى بناء تنظيمي مجهز بادارة كفوءة للموارد المعرفية الحالية والمستقبلية بغية النجاح .

• ب- اقتصاد المعلومات والانترنت : جاءت منظمات الخدمة في عصر المعلومات من اجل اضعاف التحسين والتقليل من كلف الصفقة المرتبطة بالحصول على المنتج ، اذ تمثلت ميزتها التنافسية في تطوير البنى التحتية التي تحقق حاجات الزبائن والتي تحسن من كلف المعاملات التجارية للزبائن عند شراء حاجاتهم

ت - حنكة الزبائن : اصبح الزبائن اكثر مطالبة بحاجاتهم من اي وقت مضى ، يرغبون كثيرا بالخدمات والمنتجات حسب الطلب والتي تدعم رغباتهم وتشبع حاجاتهم وعليه الانجاز الافضل لحاجات الزبائن والجودة العالية والاستجابة السريعة هي امثلة على هذه المتطلبات.

ث - حنكة المنافسون : تعمل المنظمات المتنافسة على تطبيق الابداع بشكل مستمر على منتجاتها وممارساتها انها تطبق هذا الابداع عن طريق تبني التقنيات والممارسات الجديدة وللمواصلة فان هذه التغيرات تتطلب عملية تعلم مستمرة لبناء الخبرات التنافسية كاداة لتحقيق الابداع والتميز.

ج- حنكة المجهزون :المجهزون مستمرون في تحسين قابلياتهم ويستطيعون كذلك المشاركة في عملية خلق ودعم عمليات الابداع التي تسهم لاستغلال هذه الفرص فان المنظمات بحاجة الى فهم قابليات المجهزين الجديدة وكيفية توحيدها مع الجهود الداخلية وتوجهات وثقافة المنظمة.

٣- العوامل الداخلية:

١- عنق الزجاجة في فاعلية المنظمة: فاعلية المنظمة محددة بقيود مثل تدفق العمل والمعلومات وطبيعة الاتصالات ، وقد خففت اعناق الزجاج هذه القيود من خلال اجراء التحسينات داخل المنظمة منها التحسينات تكنولوجية وتحسين طبيعة العمل من ناحية الجهد والوقت والامتة لاجراءات العمل ، اذ انتقلت القيود من الملموسة الى مناطق العمل المركزة على المعرفة التي تتطلب الخبرة والفهم لارساء اسس لادارة هذه الموارد غير الملموسة وهي العوامل التي شجعت على ظهور ادارة المعرفة.

ب - النظرة المركزة على المعرفة : المنظمة الناجحة هي التي تعرف كيفية عمل الاشياء الصحيحة ، ويتفق الاقصاديون والاكاديميون والممارسون بان المنظمة هي مجموعة متناسقة من القابليات وكتلة البناء الرئيسة لهذه القابليات ووحدة تحليلها هي المعرفة وبشكل خاص المعرفة الضمنية.

ت - الاستعمال الواسع لتكنولوجيا المعلومات : اصبح تطبيق مداخل ادارة المعرفة الجديدة ممكنة بفضل التقدم في تكنولوجيا المعلومات وازدياد استخدامها ، وكذلك في تطبيق الذكاء الاصطناعي ، وهذا يشير بان الاستعمال الواسع لتكنولوجيا المعلومات قد وفر الفرصة امام ظهور ادارة المعرفة.

٤- الممارسات الجديدة : ثلاث ممارسات اسهمت في جلب محتوى ادارة المعرفة وهي:

أ - ادارة المعلومات : ادارة المعلومات تهتم بالتقنيات الي تحتوي المعلومات وتعالجها . فهي تتعامل مع القضايا المعلوماتية من ناحية التقييم والجوانب التشغيلية . وتشارك ادارة المعرفة مع ادارة المعلومات من منظور المستخدم اي التركيز على القيمة كدالة لرضا المستخدم . . اكتشفت ادارة المعلومات ان قيمة المعلومات متباينة لذا تعالج بشكل مختلف ، هذه الرؤية كان لها دور حاسم في تعزيز ظهور ادارة المعرفة هذا يعني ان ادارة المعلومات عادت الطريق امام ادارة المعرفة .

ب - حركة الجودة: حركة الجودة خاصة ما يتعلق بالتركيز على الزبائن والعمليات التشغيلية والاهداف المشتركة التي طبقت في التصنيع اسهمت في بلورة فكرة ادارة المعرفة . ان تطوير عمليات المعرفة وصناع المعرفة والهيكل الحاكمة مدينة بشكل كبير لتقنيات التحليل والتحسين التي طورت من قبل حركة الجودة ، تصور دور حركة الجودة في ظهور ادارة المعرفة .

ت - مداخل راس المال البشري : المنفعة التي تحصل عليها المنظمات من خلال الاستثمار في الافراد لها معدل عائد عالي من انتاجية عالية للعاملين، تطوير في المهارات ، قابلية الابداع ، مرونة في حركة العمل ، وبالرغم من ان عمل ادارة المعرفة تتعلق بالمجموعات وشبكات العمل والفرق وليس على الفرد مثل مدخل راس المال البشري الا انها بنيت على اساس افكار راس المال البشري ، بل يعد احد ادواتها واهدافها.