

ملخص عن المحاضرة السادسة:

استراتيجية إدارة المعرفة.

أولاً- مفهوم استراتيجية إدارة المعرفة:

تعرف استراتيجية إدارة المعرفة كما يلي: « هي الرؤية طويلة الأمد لما ستكون عليه المؤسسات والمنظمات في المستقبل، وهي أيضا تُعد النشاط الأكثر وعياً بأهمية تنمية الكفايات المحورية الجوهرية، سواء داخل المؤسسات أم خارج المؤسسات المنافسة لها ».

ثانياً- أهداف استراتيجيات إدارة المعرفة.

تهدف استراتيجيات إدارة المعرفة إلى:

- حصر وتوثيق الأصول المعرفية الضمنية والمنقولة في المؤسسة وجعلها متاحة للاستخدام.
- تطوير البنى التحتية الالكترونية في المؤسسة بما يتلاءم مع متطلبات إدارة المعرفة.
- توفير بيئة مناسبة تساعد على المشاركة بالمعرفة والابداع والتعلم بين العاملين للوصول إلى تكامل المعرفة على مستوى المؤسسة.
- نشر الوعي بأهمية إدارة المعرفة لدى الموظفين.
- وضع خطة لإدارة المخاطر التي تتعرض لها الأصول والموجودات المعرفية داخل المؤسسة.
- تطوير نظام الاتصالات الداخلية والخارجية بما يساهم في نشر وتعميم المعرفة داخل المؤسسة وخارجها.

ثالثاً- أنواع استراتيجيات إدارة المعرفة.

1. استراتيجيات المعرفة حسب هانسن Hansen:

1.1 استراتيجية الترميز:

يقصد باستراتيجية الترميز الاستراتيجية التي تستخدم في تبادل المعرفة من (الشخص إلى الوثيقة) ومن الوثيقة إلى بقية الأشخاص بوصفها كمستودع مركزي لحزن المعلومات ذات الصلة ويمكن الوصول إلى هذا المستودع وفي أي وقت يشاؤون فيه بوصفها معرفة قياسية ورسمية قابلة للقياس والوصف والتحديد والنقل والتقاسم ويمكن تحويلها إلى قواعد معرفية وأنها تعمل على إرشاد المنظمة لاستخدام الوسائل الأكثر انسجاماً مع عملياتها وتركز هذه الاستراتيجية على الكمبيوتر في تخزين البيانات حيث يمكن الوصول إليها بسهولة من قبل أي شخص في المنظمة .

2.1 استراتيجية الشخصية Personalization Strategy:

يراد باستراتيجية الشخصية إضفاء الطابع الشخصي على المعرفة عندما تستخدم كطريقة لتبادل المعرفة من (شخص إلى شخص) أو من (الخبير إلى الموظف) أي (التخصيص) وهي طريقة قديمة جداً.

2. استراتيجيات المعرفة حسب Zack:

1.2 استراتيجية المعرفة القائمة على المحافظة:

وهي استراتيجية قصيرة المدى، وتعبر عن تركيز المنظمة أكثر على استغلال وتوظيف المعرفة الداخلية لديها وبناء معرفة فريدة وخبرة ذاتية يصعب تقليدها.

2.2 استراتيجية المعرفة القائمة على المبادرة :

وهي استراتيجية بعيدة المدى، وتعبر عن تركيز المنظمة على الإبداع واستكشاف المعرفة الخارجية والحصول عليها واستغلالها وإيجاد سبل لانتشار المعرفة خارج المنظمة ليتم تطويرها لتستفيد منها لاحقاً من خلال ضمها إلى معرفتها الضمنية.

3.2 استراتيجية هجينة : إن هذه الاستراتيجية تقوم بالمزج بين الاستراتيجية المحافظة والاستراتيجية الهجومية فهي تكون مكتشفة ومستغلة في نفس الوقت.