



تدوین روند اجرای نظام مدیریت دانش در بخش بازاریابی بین‌المللی صنعت نفت

بهروز نعمتی

گروه مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

حسین وظیفه دوست (نویسنده مسئول)

گروه مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

vazifehdust@yahoo.com

کریم حمدی

گروه مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۸/۱۹

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۴/۲۰

چکیده

هدف مقاله حاضر تدوین روند اجرای نظام مدیریت دانش در بخش بازاریابی بین‌المللی صنعت نفت است. برای این منظور در بخش کیفی از پارادایم تفسیری، رویکرد کیفی و استراتژی داده بنیاد (گرنند تئوری) استفاده شده است. داده‌های بخش کیفی توسط مصاحبه با ۱۲ خبره (اساتید بازاریابی و خبرگان متخصص این حوزه در صنعت نفت) بدست آمده است. به منظور دسترسی به خبرگان از روش نمونه‌گیری هدفمند و تاکتیک تحلیل محتوای پنهان برای تجزیه و تحلیل مصاحبه‌های عمیق استفاده شده است و از نرم افزار مکس کیودا ۲۰۱۸ برای کدگذاری استفاده شده است. یافته‌ها و نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهد که: خلق دانش، جذب دانش، سازماندهی دانش، ذخیره دانش، اشاعه دانش، کاربرد دانش، چشم‌انداز دانش، و در نهایت برنامه‌ریزی دانش مولفه‌های اجرای نظام مدیریت دانش در بخش بازاریابی بین‌المللی صنعت نفت هستند. در بخش کمی نیز از پارادایم فراتبات گرا، رویکرد کمی و استراتژی توصیفی استفاده شده است. برای جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه بین کارکنان، مدیران و متخصصان وزارت نفت توزیع شد و از نرم افزار SPSS برای تحلیل عاملی اکتشافی و از نرم افزار PLS برای تجزیه و تحلیل فرضیات استفاده شده است. یافته‌ها و نتایج پژوهش نشان می‌دهد که سه مولفه‌ی: سازمان دهی دانش، ذخیره دانش و جذب دانش به ترتیب دارای اولویت اول تا سوم برای اجرای نظام مدیریت دانش در بخش بازاریابی بین‌المللی صنعت نفت هستند.

واژگان کلیدی: بازاریابی بین‌المللی، الویت بندی مولفه های زیرساخت اجرای مدیریت دانش، نظام مدیریت دانش صنعت

نفت

۱- مقدمه

با درک این مهم که تغییر جزء لاینفک و ذات سازمان های هزاره سوم شده است قدرت سازگاری و انطباق با تحولات اخیر در عرصه های مختلف اقتصادی، اجتماعی ضرورت می یابد به منظور غلبه بر شرایط نامطمئن، پیچیده و پویا تنها راهی که پیش روی مدیران قرار دارد تواناسازی سازمان و کارکنان از طریق کسب دانش و مهارتی که به سرعت کهنه و منسوخ می شود (بزازجزایری، ۱۳۸۵).

سازمان هایی که مدیریت دانش را در قابلیت اصلی خود مستقر کردند تفاوت چشمگیری نسبت به سایر سازمان ها دارند، از جمله ی این تغییرات، سرعت فرآیندها، شناسایی و سازگاری با تغییرات، حفظ و رشد دارایی های فکری و مزیت رقابتی پایدار از طریق خلاقیت مستمر است. بدون تردید دانش مهمترین منبع سازمان است. بدیهی است چنین منبعی باید محافظت، بهسازی و اداره شود و از هر تکنیک و روشی که رشد بهتر آن را فراهم کند، استفاده شود و از اداره ی آن توسط شانس جلوگیری گردد. تغییر بنیانی در اقتصاد، از عصر رقابت بر مبنای منابع ملموس به منابع ناملموس ضرورت استقرار مدیریت دانش در سازمان ها را نشان می دهد. در حال حاضر بیش از ۸۸٪ سازمان ها مدیریت دانش را به عنوان قابلیت اصلی خود

اساسی ترین مشخصه سازمان های هوشمند قرن بیست و یکم، تاکید بر دانش و اطلاعات است (یوسفی و همکاران، ۱۳۹۱). تحریم های گسترده بویژه در صنعت نفت موجب انگیزه مضاعف برای طرح موضوع ارائه الگوی زیرساختی مورد نیاز برای اجرای نظام مدیریت دانش در بخش بازاریابی بین المللی صنعت نفت شد.

در واقع، در این عصر، نه تنها خود دانش، بلکه اشتراک دانش را کلید موفقیت می دانند؛ بنابراین، یکی از مسائل چالش برانگیز در سازمان ها این است که دانایی و دانش افراد، از حالت ضمنی به حالت صریح تبدیل شود. از جمله مقوله ای مهم تر از خود دانایی، «مدیریت دانایی»، ابزارهای مهم برای حل این مسئله مدیریت دانش است (گلاسر، ص ۲۱۱، ۲۰۰۳).

۱-۱- بیان مسئله

جهانی سازی به همراه خود تغییراتی را در محیط ایجاد می نماید، جهانی سازی و سرعت خیره کننده تغییرات بویژه در عرصه فروش نفت برای کشورهای عضو اپک و نیز غیر اپک ضرورت ورود به موضوع بازاریابی بین المللی صنعت نفت را به یک مسئله جدی مبدل کرده است. نیروهای رقابتی و تمایلات پویای مشتریان سازمان ها را مجبور به سازگاری برای تغییر به جهت باقی ماندن و موفقیت می نماید (میشرا و بهسکار، ۲۰۱۴).

قرار داده اند یا در حال انجام این کار هستند (درویش، ۱۳۹۲).

هدف اولیه یادگیری سازمانی افزایش کمیت و کیفیت عملکرد می باشد. علاوه بر این، سازمان هایی که سریع تر یاد می گیرند، قابلیت های استراتژیک را افزایش می دهند و شرکت را به تقویت یک موقعیت مزیت رقابتی و بهبود نتایج قادر می سازند. این نگرش ها، رفتارها و استراتژی های یادگیری سازمانی خطوط راهنما برای عملکرد بلند مدت ممتاز، برای سازمان ها می باشد. تمامی این فرآیند از طریق مدیریت دانش می تواند انجام شود. مدیریت دانش به تبادل دانش، مهارت ها و تجارب کارکنان در تمامی واحدها و بخش های مختلف سازمانی اشاره دارد (لین، ۲۰۱۷).

همچنین مدیریت دانش سبب دسترسی به تجارب، دانش و مهارت هایی می شود که در مجموع توانایی های جدید، قدرت اجرای عملیات بیشتر، تشویق خلاقیت و نوآوری، شیوهی به کار بردن بهتر دانش موجود سازمان و استفاده ی بهتر از دانش در فرآیند تجارت روز به روز را در سازمان ایجاد می کنند (هاسکل، ۲۰۱۴).

با توسعه دانش و فناوری و گسترش حیطه های کسب و کار از جمله سازمان های مجازی یا تحت شبکه، بنگاه های اقتصادی گسترش یافته و محیط کسب و کار به محیطی رقابتی و پراز چالش تبدیل شد و پارادایم جدیدی ظاهر شده که بقا را برای

بسیاری از بنگاه ها مشکل ساخته است. در چنین محیطی طبیعی است که امتیاز های رقابتی تغییر شکل دهند. بزرگ ترین امتیاز رقابتی در پارادایم جدید کسب و کار، یادگیری بیان شده است. از این رو، مرکزیت پارادایم جدید، یادگیری است. یادگیری منشاء اصلی مزیت رقابتی است (عمران زاده، محمد خوش چهره، عباس منوریان و حسین اعلائی، ۱۳۹۶).

در باب اهمیت مدیریت دانش در کشور باید گفت، در کنار اهمیت یافتن دانش در اقتصاد امروز که به نوبه خود بسیار قابل توجه است و منجر به شکل گیری تحولات مهمی در دنیای کسب و کار شده است، برخی واقعیات فرهنگی و ساختاری ساری و جاری در کشور ما ضرورت توجه به مدیریت دانش را دو چندان می کند (ذاکری، ۱۳۹۱). این بدان معنا است که در اقتصاد مبتنی بر تولید انبوه، اندازه گیری عملکرد نسبتاً ساده است، به عنوان مثال می توان خروجی تولید را محاسبه و با عملکرد گذشته و یا با الگوها مقایسه و ارزیابی نمود، اما در اقتصاد مبتنی بر دانش، اندازه گیری عملکرد سخت تر است (خوش سیما، ۱۳۹۳).

اهمیت دانش، به قدری است که از آن به عنوان ابزاری قدرتمند که می تواند تغییرات شگرفی را در جهان بوجود آورد و نوآوری ها را ممکن سازد. نوناکو (۱۹۹۸) در مقاله های در مجله کسب و کار هاروارد با مجلات مقدماتی می گوید: «در یک اقتصاد که تنها اطمینان موجود، عدم اطمینان است،

تنها منبع مطمئن برای ایجاد مزیت رقابتی پایدار، دانش است.»

امروزه در بیشتر سازمانهای دنیا، رهبران و مدیران سازمانی درصدد بهبود و ارتقاء عملکرد سازمان های خود هستند چرا که عملکرد سازمان ترکیب گسترده ای هم از دریافتی های غیرملموس، نظیر دانش سازمانی و هم دریافتی های عینی و ملموس نظیر نتایج مالی و اقتصادی است. (کیخا و عباس پور، ۱۳۹۸).

مسئله اصلی در این مقاله به تعویق افتادن پیاده سازی مدیریت دانش در حوزه ساختاری وزارت نفت می باشد که باعث از دست رفتن سرمایه های ملی و افزایش هزینه در بخش های مختلف نفت می شود. از آنجائیکه مستندسازی انجام پروژه ها نقش به سزای مدیریت دانش را که می تواند از هدر رفتن سرمایه های ملی در این صنعت مهم و تأثیرگذار در کشور جلوگیری کند، روشن می سازد و همین دلایل پیاده سازی موفق مدیریت دانش را در پروژه های وزارت نفت ضروری می کند (محمد علی نادی، ۱۳۸۹). همچنین، با توجه به سرعت خیره کننده تغییرات بویژه در عرصه فروش نفت، تدوین روند اجرای نظام مدیریت دانش نیز در بخش بازاریابی بین المللی صنعت نفت دارای اهمیت چشمگیری است.

۲- مبانی نظری

سرمایه های سازمانی به طور عمده در اذهان افراد نهفته است. این دانش حیاتی و مهم هنگامی در اختیار سازمان قرار می گیرد که کارکنان تمایل به همکاری و اشتراک دانش داشته باشند و علاوه بر

آن تمهیدات و سازوکارهای مؤثری نیز توسط سازمان در این رابطه فراهم شده باشد. با تغییر شغل و پست سازمانی، همچنین بازنشستگی برخی از کارکنان، دانش ارزشمندی که حاصل سالها تجربه کاری بوده به سادگی از بین خواهد رفت و سازمان توانایی بهره گیری از آن را در صورت استفاده نکردن از شیوه های مؤثر اشتراک دانش نخواهد داشت. از دیدگاه «نوناکا و تاکوچی» چنانچه دانش فردی با دیگران به اشتراک گذاشته نشود، تأثیری بر رشد و گسترش دانش موجود در سازمان نخواهد داشت و دانش جدیدی نیز تولید نخواهد شد (آهلاندر و همکاران، ۲۰۰۷).

در حالی که امروزه ضرورت توجه به یادگیری سازمانی به عنوان ابزاری استراتژیک جهت پیشبرد منابع سازمان و موقعیت در عرصه رقابت مطرح است. این امر بیانگر این است که بدون توجه به اصل یادگیری سازمانی و شناخت سازمان نسبت به آن نمی توان از آن در سازمان بهره گرفت. لذا باید توجه داشت که یادگیری سازمانی یک امر پایان ناپذیر است که همواره سازمان را در تغییرات یاری می کند و نیازمند پشتیبانی و توجه دائمی است (محمد حسن صیف و مقداد کرمی، ۱۳۹۶). در حالت کلی می تون چنین اذعان نمود که با بررسی و تحلیل دانایی و اهمیت ویژگیهای آن در حیطه عملکرد سازمانها می توان دریافت که برخورداری از دانایی و اطلاعات روزآمد برای ادامه حیات سازمانها به یک ضرورت انکارناپذیر تبدیل شده است که به صورت انفعالی بر تمامی

بطور کلی، مدیریت دانش مقوله‌ای مهم محسوب می‌شود که در سازمانها به دنبال آن است تا نحوه چگونگی تبدیل اطلاعات و دانسته‌های فردی و سازمانی را به دانایی و مهارتهای فردی و گروهی تبیین و روشن سازد. از این رو، ایجاد محیطی برای اشتراک، انتقال و تقابل دانایی در میان اعضای سازمان از اهداف اولیه‌ای است که بدین منظور ضروری به نظر می‌رسد، چرا که مدیریت دانایی می‌تواند گستره‌ای از ویژگیهای عملکرد سازمانی را با قادر ساختن شرکت به عملکرد هوشمندانه‌تر بهبود بخشد (دی‌بایت، ۱۳۸۷).

داونپورت و پروساک: اعتقاد دارند که مدیریت دانش شامل کلیه فعالیت‌هایی است که برای در دسترس قرار دادن دانش، به نحوی که دانش درست در اختیار افراد مناسب قرار گیرد، ضروری هستند (پرویزراد، ۱۳۹۴). مؤلفه‌ها و ابعاد مدیریت دانش بر مبنای تحقیقات لیائو و وو (۲۰۱۶) شامل ابعاد ذیل می‌باشد؛

۱-۱-۲- خلق دانش^۲

خلق دانش به معنای فراهم کردن قابلیت در کل سازمان است که به کمک آن بتوان دانش جدیدی ایجاد و سپس آن را در سرتاسر سازمان پخش کرد (نوناکا و تاکوچی،^۳ ۲۰۰۸). خلق دانش اشاره به کلیه فعالیت‌هایی دارد که موجب ورود دانش جدید به سازمان می‌شود. مدیریت با در اختیار داشتن افراد و گروه‌های درون سازمان و با همکاری افراد و گروه‌های برون سازمان و با به کارگیری تدابیر ایجاد انگیزه، حمایت، تشویق به

ابعاد و سطوح سازمانی تأثیر می‌گذارد. به خصوص اگر روند تغییر و تحولات دانایی در جامعه به دقت مورد ارزیابی واقع شود (ورا و ماری، ۲۰۱۸).

۱-۲- مدیریت دانش^۱

اهمیت مدیریت در سازمان‌ها لزوم بکارگیری استراتژی‌هایی را در این زمینه ضروری نموده است. مکاتب مختلفی از استراتژی‌های مدیریت دانش در سازمان‌ها وجود دارد که هر کدام از جنبه‌های مختلف به بیان استراتژی‌های مدیریت دانش پرداخته‌اند (والترز و همکاران، ۲۰۱۶).

از نظر امین و همکارانش (۲۰۱۵) 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 فناوری و فرآیند را مدنظر قرار داد. 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 (انتظاری، ۱۳۹۰).

از نظر بت (۲۰۱۵)، مدیریت دانش، فرآیند خلق، تأیید، ارائه و توزیع و کاربرد دانش می‌باشد. بون فور (۲۰۱۳)، مدیریت دانش را به عنوان مجموعه‌ای از رویه‌ها، زیرساخت‌ها و ابزارهای فنی و مدیریتی می‌داند که در جهت خلق، تسهیم و به کارگیری اطلاعات و دانش در درون و بیرون سازمان‌ها طراحی شده‌اند (احمدی و صالحی، ۱۳۹۱).

توزیع یا سهم سازی دانش است. فرآیند اشاعه عبارت است از توزیع دانش تا نقاط فعالیت و حتی فراتر از آن، به بیرون سازمان است. به عبارت دیگر انتقال دانش سازمانی، به هر شخص که نیاز دارد. عوامل متعددی می‌توانند به این فرآیند کمک کنند از جمله این عوامل تسهیلات ارتباطی و فرهنگ سازمانی است (عدلی، ۱۳۹۳: ۱۷۸). توزیع داوطلبانه مهارت‌های اکتسابی و تجربی به منظور تجدید قوای سازمان است (پیرویزاد، ۱۳۹۴).

۵-۱-۲- کاربرد (بکارگیری) دانش^۵

بکارگیری دانش مهم ترین فرآیند در مدیریت دانش می باشد. مزیت رقابتی متعلق به سازمان هایی که بهترین دارایی را دارند نیست، بلکه متعلق به سازمان هایی است که به بهترین صورت از دانش خود در عمل استفاده می کنند. کاربرد دانش باعث می شود شکاف بین دانستن با عمل کردن از بین برود و حلقه مهم بازخورد یادگیری با انجام دادن و کاربرد به وجود آید (عدلی، ۱۳۹۳: ۱۷۸). کاربرد دانش از طریق روش‌های روتین سازمانی است که اجازه می‌دهند دانش تخصصی افراد در موقعیتی بدون نیاز به ارتباط با سایر افراد به کار گرفته شوند (مهدی شامی، ۱۳۹۴).

۶-۱-۲- سازماندهی دانش^۶

در این فرآیند، سازمان مجموعه عظیم دانش را بعد از ورود آن به پایگاه برای کاربرد باید ذخیره و سازماندهی کند. فرآیند سازماندهی در هر کجای سازمان ممکن است صورت گیرد. محل فرآیند

خلاقیت و نوآوری و آموزش های برنامه ریزی شده براساس نیازها و اهداف سازمان به ایجاد محیطی مشارکتی می پردازد که حاصل آن برای سازمان آوردن داده هایی است که پس از آن به صورت اطلاعات و در نهایت به خلق دانش منتهی شود (نیومن و کنراد، ۲۰۱۰: ۴۰). خلق دانش یک فرایند مستمر است، جایی که افراد و گروه‌ها در یک شرکت یا بین شرکت‌ها به تسهیم و اشتراک دانش ضمنی و آشکار می‌پردازند (شامی، ۱۳۹۴).

۲-۱-۲- ذخیره دانش^۲

از طریق آن، قابلیت ذخیره سازمان یافته ای که امکان جستجوی سریع اطلاعات، دسترسی به اطلاعات برای کارمندان دیگر و تسهیم مؤثر دانش فراهم می شود، به وجود می آید. در این سامانه باید دانش های لازم به آسانی برای استفاده همگان ذخیره شود (نیومن و کنراد، ۲۰۱۰). وسیله‌ای که از طریق آن دانش تجربیات گذشته و رخدادهایی که بر فعالیت‌های سازمان کنونی تأثیر می‌گذارند، ذخیره می‌گردند (مهدی شامی، ۱۳۹۴).

۳-۱-۲- جذب دانش^۳

جذب دانش به فعالیت هایی برمی گردد که وضعیت منابع دانشی سازمان را از طریق ذخیره سازی و توزیع داخلی دانش کسب شده، انتخاب شده یا تولید شده تغییر می دهند (هالس اپل و جونز، ۲۰۱۷).

۴-۱-۲- اشاعه (اشتراک) دانش^۵

5 Knowledge Dissemination
6 Knowledge Application
7 Knowledge Organization

1 Newman, B.D & Conrad, K.W
2 Knowledge Remember
3 Knowledge Absorption
4 Holsapple & Jones

سازماندهی دانش ممکن است فیزیکی یا غیرفیزیکی باشد. اما اغلب مکان های فیزیکی مانند پایگاه داده ها، ساختار رسمی شکل دهی دانش را فراهم می کند. هدف نهایی این مرحله، کمک به

اعضای سازمان جهت دسترسی به دانش لازم در فرآیندهای اخذ تصمیم است (عدلی، ۱۳۹۳: ۱۷۶).

۲-۲- پیشینه تحقیق

جدول شماره ۱- پیشینه تحقیق در خارج

پژوهشگران	عنوان	خلاصه و نتایج
مجتهدزاده و آروموگام (۲۰۱۱)	ارتباطات ساختاری بین مدیریت دانش، خلاقیت و عملکرد در صنایع ایران	روش اندازه گیری را با تکیه بر الگوی معادلات ساختاری توسعه داده و به این نتیجه دست یافتند که مدیریت دانش بر خلاقیت و عملکرد سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد. در مدل مفهومی نهایی ارائه شده دانش با دو بعد ضمنی و آشکار به عنوان متغیر مستقل و خلاقیت سازمانی به عنوان متغیر واسطه یا میانجی بر عملکرد سازمانی به عنوان متغیر وابسته تأثیر مثبت و معناداری داشته است.
داتتا و چائودھوری (۲۰۱۲)	مدل سازی تأثیر ساختار سازمانی بر بازسازی سازمان و انتشار دانش	با تکیه بر الگوی معادلات ساختاری به این نتیجه دست یافتند که مطابق مدل نهایی تحقیق ساختار سازمانی بر بازسازی سازمانی و انتشار دانش تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین یافته های آنان نشان داد که افزایش یکپارچگی ساختار سازمانی منجر به افزایش سطح انتشار دانش در سازمان می گردد. افزون بر آن مطابق مدل ارائه شده نهایی فقدان ساختار منسجم مستقیماً بر بازسازی و انتشار دانش سازمانی تأثیر می گذارد.
ورا و کروسان (۲۰۱۲)	ارائه مدل مفهومی تحلیل ارتباط یادگیری سازمانی، مدیریت دانش و سرمایه های فکری	ضمن ترسیم محدوده اثرگذاری هر متغیر بر یکدیگر و همچنین بر عملکرد سازمانی به این نتیجه دست یافتند که مدیریت دانش بر یادگیری سازمانی و سرمایه های فکری تأثیر متقابل و معنی داری دارد. در مدل ارائه شده توسط آنها سطوح تحلیل در سه سطح اصول و مبانی حسابداری، استفاده از ابزارهای فناوری ارتباطات و اطلاعات و مدیریت دانش و یادگیری سازمانی صورت گرفت که در هر سه سطح تأثیر معناداری بین متغیرهای تحقیق مشاهده گردید.
لیائو و وو (۲۰۱۳)	نگرش سیستمی به تأثیرات مدیریت دانش، یادگیری سازمانی و خلاقیت سازمانی	به این نتیجه رسید که مدیریت دانش بر یادگیری سازمانی تأثیر مثبت و معنی داری دارد. به عبارتی مدیریت دانش ۶۰/۸۴ واریانس متغیر یادگیری سازمانی را تبیین می کند. بعبارت ساده مدیریت دانش ۶۰/۸۴ یادگیری سازمانی را بهبود می بخشد. از سوی دیگر با توجه به نتایج این تحقیق مدیریت دانش ۶/۷۶ واریانس متغیر خلاقیت سازمانی را تبیین می کند. بعبارتی مدیریت دانش ۶/۷۶ بر خلاقیت سازمانی تأثیر دارد.
پارک، کانگ و کیم (۲۰۱۸)	شناسایی عوامل مؤثر بر انتقال آموزش	بر اساس یافته های مطالعه انتقال آموزش فرایندی چند فازی است نه یک فرایند خطی و تحت تأثیر عوامل زیادی است که هم زمان با آن تعامل دارند. بنابراین، «سازمان هایی که به آموزش برای بهبود شایستگی شغلی، فردی و موفقیت سازمانی همه جانبه تکیه می کنند، نیاز به شناسایی عوامل مؤثر بر انتقال آموزش دارند» (سیبرلینگ و کافر، ۲۰۱۷). «ویژگی های سازمان، ویژگی های کارآموزان و ویژگی های آموزش از مهم ترین عوامل مؤثر بر انتقال یادگیری شناخته شده اند» (والش، ۲۰۱۷).
گلدستین (۲۰۱۷)	ضرورت توجه به عوامل سازمانی	محقق ثابت کرد که مؤلفه های مربوط به محیط کار ممکن است نسبت به دیگر جنبه های آموزش، به انتقال بیش تری منجر شوند (بدوین و همکاران، ۲۰۱۷). «پژوهش ها نشان داده اند ۶۰ درصد از دانش و مهارت های یاد گرفته شده به واسطه عدم وجود فضا و شرایط لازم در محیط کار حداکثر سه ماه پس از برگزاری

فعالیت‌های آموزش و توسعه منابع انسانی کنار گذاشته می‌شود» (دیبا و همکاران، ۲۰۱۶) بر این اساس، صاحب‌نظران و پژوهشگران پیشین، درصدد شناسایی عوامل سازمانی مؤثر بر انتقال آموزش به محیط کار برآمده‌اند:		
یافته‌های مطالعه بیان‌گر آن بود که درک مثبت از فرهنگ یادگیری سازمانی با انتقال آموزش همبستگی مثبت دارد. در پژوهشی دیگر که توسط کاپالدو، دپولو، ریپا و شیاتن ^۱ (۲۰۱۷) باهدف طراحی ابزاری برای سنجش انتقال آموزش انجام شد، نتایج نشان داد که مشارکت فعال ذی‌نفعان برای بهبود بخشیدن به رابطه بین فعالیت‌های آموزشی و تحقق اهداف سازمانی مهم اساسی است.	بررسی رابطه فرهنگ یادگیری سازمانی با انتقال آموزش	بانرجی، گپتا و بیس (۲۰۱۷)
نیز در پژوهش خود دریافتند که طراحی مناسب برنامه‌های آموزشی و همچنین حمایت مافوق بیش‌ترین نقش را در انتقال اثربخش آموزش‌ها دارند.	بیش‌ترین نقش در انتقال اثربخش آموزش‌ها	چاوهان و همکاران (۲۰۱۷)
نتایج پژوهش نشان داد عوامل محیطی مؤثر بر بهبود کیفیت انتقال آموزش شامل فرهنگ محیط کار، ارتباطات و تعاملات محیطی در محل کار و منابع در دسترس بود.	عوامل محیطی مؤثر بر بهبود کیفیت انتقال آموزش	اید و کوین (۲۰۱۷)
نیز در رساله دکتری خود برای درک بهتر این‌که سازمان‌ها چگونه می‌توانند محیط‌هایی را ایجاد کنند که از یادگیری و انتقال آن پشتیبانی کنند، به اهمیت اشکال مختلف حمایت سازمانی پرداخته است.	ایجاد محیط‌هایی برای انتقال یادگیری و پشتیبانی آن	لن کاستر (۲۰۱۶)
مطالعات نیز گویای آن بود که مهم‌ترین عوامل سازمانی انتقال یادگیری در سازمان‌ها شامل ساختار سازمانی، فرهنگ سازمانی، جهت‌گیری راهبردی، و نقش مدیریت منابع انسانی است.	مهم‌ترین عوامل سازمانی انتقال یادگیری در سازمان‌ها	بوژیندا (۲۰۱۴)
همچنین، نتایج پژوهش نشان داد که عوامل مرتبط با محیط کار که بر انتقال آموزش اثرگذار هستند شامل، حمایت همکاران و مدیران، فرهنگ سازمانی، سیاست‌ها، خط‌مشی‌ها و رویه‌های کاری و کار تیمی است.	بررسی عوامل مرتبط با محیط کار که بر انتقال آموزش اثرگذار هستند	دیرانی (۲۰۱۲)
نیز کارراهه شغلی را به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل سازمانی انتقال یادگیری مورد بررسی قرار داده‌اند.	بررسی مهم‌ترین عوامل سازمانی انتقال یادگیری	بیورک و هاتچینس (۲۰۰۷)
برخی از مهم‌ترین موانع انتقال آموزش را کمبود تشویق و تقویت در شغل، عوامل مختل‌کننده در محیط کار از قبیل فشار زمانی، فشار کاری، اقتدار ناکافی، فرهنگ سازمانی غیر حمایتی و فشار از سوی همکاران برای مقاومت در برابر تغییر دانسته‌اند.	مهم‌ترین موانع انتقال آموزش	کانتوگیورگیس (۲۰۱۴)

جدول شماره ۲- پیشینه تحقیق در داخل

پژوهشگران	عنوان	خلاصه و نتایج
شوقی و همکاران (۱۳۹۱)	بررسی ارتباط میان ابعاد مدیریت دانش و عوامل کلیدی مؤثر بر آن و خلاقیت	به این نتیجه دست یافتند که بین ابعاد مدیریت دانش و عوامل کلیدی مؤثر بر آن و خلاقیت سازمانی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. از طرفی نتایج حاصل بیانگر آن است که بین ابعاد مدیریت دانش و عوامل کلیدی مؤثر بر آن نیز رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. در مدل مفهومی ارائه شده در این تحقیق ۴ بعد مدیریت دانش (تولید، توزیع، سازماندهی و کاربرد دانش) تأثیر مثبت و معنی داری بر خلاقیت و همچنین عوامل کلیدی مؤثر بر مدیریت دانش (افراد، فرایند، فرهنگ و فنآوری) نیز تأثیر مثبت و معنی داری بر خلاقیت و ابعاد چهارگانه مدیریت دانش داشتند.
یوسفی و همکاران (۱۳۹۱)	بررسی میزان تأثیر مدیریت دانش بر نوآوری	ضمن تفسیر و تشریح متغیرهای تحقیق به این نتیجه رسیدند که بین مدیریت دانش و نوآوری (محصول، فرایند، تدریجی و بنیادی) رابطه معنی داری برقرار می‌باشد. بنابراین توجه بیشتر شرکتها به مدیریت دانش، باعث افزایش نوآوری در آنها خواهد گردید.
ابراهیمزاده (۱۳۹۱)	بررسی تأثیر مدیریت دانش بر سامانه‌های یادگیرنده	به این نتیجه دست یافت که مدیریت دانش با ابعاد و مؤلفه‌های خود نقش ضروری و انکارناپذیری در سازمانهای یادگیرنده ایفا نموده و رشد ۲۳ درصدی عملکرد را در این گونه سازمانها را موجب می‌شود. از طرفی یافته‌های وی به وضوح نشان می‌دهد که ابعاد مدیریت دانش در تمامی سطوح سازمانی تأثیر تقریباً یکسانی بر بهبود عملکرد داشت.
ممیشی (۱۳۹۲)	بررسی تأثیر فرایندهای مدیریت دانش بر توانمندسازی کارکنان سازمان تأمین اجتماعی استان اردبیل	وی به منظور آزمون فرضیه‌های تحقیق با استفاده از فنون همبستگی و ضریب رگرسیون چندگانه، برای هر یک از متغیرهای تحقیق پرسشنامه‌های استاندارد لاوسون (سنجش شاخصهای مدیریت دانش) و اسپرینز (سنجش شاخصهای توانمندسازی) و با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده در اختیار نمونه آماری قرار داد. نتایج حاصل بیانگر این موضوع است که بین مدیریت دانش بر توانمندسازی کارکنان سازمان تأمین اجتماعی استان اردبیل رابطه معنی داری وجود دارد.
قنبری، شمس مورکانی، عارفی و زندی (۲۰۱۷)	آسیب‌شناسی انتقال یادگیری به محیط کار	در بعد سازمانی، سه مقوله محوری شامل موانع اداری، موانع حمایتی و موانع مربوط به شغل را، به‌عنوان دلایل بی‌تفاوتی نسبت به انتقال یادگیری شناسایی کردند. همچنین، صبادی، رجائی پور، عابدینی و غلامی در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که انتقال اثربخش آموزش در دانشگاه‌های علوم پزشکی غرب کشور تحت تأثیر پنج عامل «حمایت مافوق، خط‌مشی و سیاست‌های سازمان، ارزیابی عملکرد فرد، بازخورد و پاداش» قرار می‌گیرد.
شمس و عباسی کسان (۲۰۱۷)	آسیب‌شناسی و اثربخشی انتقال آموزش به محیط کار در میان معلمان دوره متوسطه شهر تهران	نتایج نشان داد که برخی آسیب‌های شناخته‌شده در سطح سازمان در زمینه انتقال آموزش مربوط به حمایت همکاران، حمایت سرپرست، فرصت کاربرد، انتظارات از نتایج عملکرد، انتظارات از نتایج انتقال و آزادی برای تغییر بودند.
یوزباشی و همکاران (۲۰۱۶)	مقوله‌های سازمانی اثرگذار بر انتقال یادگیری	مقوله‌های سازمانی اثرگذار بر انتقال یادگیری شامل فرهنگ سازمانی، جو سازمانی، حمایت سازمانی، پیامد سازمانی، مدیریت عملکرد، عدالت سازمانی، خصیصه‌های مدیر مستقیم، مشارکت در تصمیم‌گیری، محیط یادگیرنده، فرصت کاربرد و تناسب شغل و شاغل بوده‌اند.

نشانی داد عوامل مربوط به محیط کار که بر به‌کارگیری آموزش‌ها در دانشگاه فردوسی مشهد تأثیر می‌گذارند، شامل: فضای به‌کارگیری آموزش، حمایت مدیر و همکاران، پیامد به‌کارگیری، بسترسازی مناسب، تشویق در کار، فرهنگ سازمان، تضمین اشتغال و مطالبات سازمان است.	عوامل مربوط به محیط کار که بر به‌کارگیری آموزش‌ها در دانشگاه فردوسی مشهد تأثیر می‌گذارند	لطفی، آهنچیان و کرمی (۲۰۱۷)
نتایج حاکی از آن بود که برخی آسیب‌های ساختاری و محیطی از جمله مشکلات مربوط به قوانین و مقررات محدودکننده، عدم ارتباط دوره‌های آموزشی با ارتقاء شغلی، نبود ارتباط نظام‌دار میان واحد آموزش و مؤسسات آموزشی، عدم اعتقاد مدیران به نقش و جایگاه آموزش بر عملکرد افراد و بی‌توجهی به واحد آموزش، اثربخشی فعالیت‌های آموزش و بهسازی را مختل کرده‌اند	بررسی عوامل موثر بر مختل کردن اثربخشی فعالیت‌های آموزش و بهسازی	شمس مورکانی، صفایی موحد و فاطمی صفت (۲۰۱۶)
تأثیر متغیرهای کاری را بر انتقال یادگیری بررسی کرده و معتقدند که فرهنگ یادگیری سازمانی بر وقوع انتقال آموزش در محل کار تأثیر می‌گذارد.	بررسی تأثیر متغیرهای کاری را بر انتقال یادگیری	نیک‌نازلی و شیخ خیرالدین (۲۰۱۸)

۳- روش شناسی پژوهش

در این مقاله، از طرح تحقیق آمیخته اکتشافی استفاده شده است. بدین صورت که در مرحله اول با مدل اشتراوس و کوربین (۱۹۹۸) روش کیفی نظریه برخاسته از داده‌ها، مدل تحقیق استخراج شده و در مرحله بعد با استفاده از ابزارهای کمی مورد آزمون قرار گرفته است.

۳-۱- روش و ابزار گردآوری اطلاعات

در این پژوهش برای جمع‌آوری اطلاعات از مطالعات کتابخانه‌ای شامل کتاب، مقالات و سایت‌های مرتبط استفاده شد.

پارادیم‌های تحقیق زیر بنای انتخاب روش تحقیق هستند. بر پایه پارادیم‌های تفسیری، انتقادی و پساساختگرایی، پژوهشگر به انتخاب روش‌های تحقیق کیفی می‌پردازد. اما استفاده از روش‌های تحقیق کیفی نیز به تنهایی نمی‌تواند واقعیت پدیده‌های مربوط به مدیریت، از جمله رفتار انسانی و امثال آن را آشکار کند. زیرا این روش‌ها فقط به مطالعه جنبه‌های غیر کمی پدیده‌ها می‌پردازند. بنابراین، برای پی بردن به مسائل مدیریت و درک واقعیت عناصر تشکیل‌دهنده سازمان و مدیریت، استفاده از هر دو دسته روش تحقیق کمی و کیفی ضرورت دارد.

همچنین در مرحله دوم برای کارشناسان بازاریابی بین‌المللی صنعت نفت پرسشنامه‌ای طراحی شد که براساس متغیرهای مدل بود. پرسشنامه بین کارکنان، مدیران و متخصصان در وزارت نفت توزیع شد. جامعه آماری در این پژوهش عبارتست از کارکنان، مدیران و متخصصان در وزارت نفت بود.

۳-۳- روش و ابزار تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این مقاله پس از ویرایش داده‌ها، کدگذاری و ورود داده‌ها، جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از دو روش آمار توصیفی و استنباطی با استفاده از نرم افزارهای Maxqda18، Smart-PLS، SPSS استفاده شده است.

۳-۴- اعتبارسنجی و ارزیابی مطالعه

روایی این پرسشنامه‌ها با روایی ظاهری مشخص شده است. برای اندازه‌گیری روایی ظاهری، پرسشنامه‌ها بین ۵ نفر از خبرگان توزیع و نظر آن‌ها درباره میزان موافقت با اجزای پرسشنامه اخذ شد و اشکالات ساختاری آن شناسایی و اصلاحات لازم جهت برآورده ساختن روایی ظاهری صورت پذیرفت.

از آن جا که با ابزار مصاحبه می‌توان بهتر به زبان خود شرکت‌کنندگان از تجربه‌ی آنان آگاه شد (بازرگان، ۱۳۸۷)، در این تحقیق از مصاحبه‌های عمیق با خبرگان به عنوان اصلی‌ترین ابزار جمع‌آوری داده‌ها استفاده شد. در این خصوص، محقق به هدایت تمامی مصاحبه‌ها اقدام کرد. در مرحله دوم تحقیق، برای سنجش روابط بین متغیرهای مدل توسعه‌یافته از مرحله قبل، پرسشنامه‌ای تدوین شد و به صورت حضوری برای افراد صاحب‌نظر ارائه و پاسخ‌های آن‌ها دریافت شد.

۳-۲- جامعه آماری، روش نمونه‌گیری

در این مطالعه، با استفاده از نمونه‌گیری تمیزدهنده به انتخاب مصاحبه‌شوندگان و/یا موقعیت‌هایی پرداخته شد (مصاحبه‌های عمیق با خبرگان) که بهترین فرصت را برای تحلیل‌های مقایسه‌ای فراهم می‌کرد. در نتیجه بخش کیفی، نمونه‌گیری به صورت هدفمند انتخاب شده است. در این پژوهش در بخش کیفی مصاحبه‌شوندگان از کارشناسان و مطلعین کلیدی و خبرگان حوزه منابع انسانی و مدیریت آموزشی در تهران انتخاب شدند. با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند، با ۱۲ نفر از نخبگان و صاحب‌نظران مصاحبه شد.

همچنین در این تحقیق، برای سنجش پایایی پرسشنامه دوم از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. این روش برای محاسبه هماهنگی درونی ابزار اندازه گیری از جمله پرسشنامه ها یا آزمون هایی است که خصیصه های مختلف را اندازه گیری می کند. برای آزمون با هدف های پژوهشی، حصول پایایی بین ۰/۶ تا ۰/۸ کافی و مناسب است. بدین منظور ابتدا، پرسشنامه بین ۱۰ نفر از نمونه توزیع شد، میزان این ضریب برای پرسشنامه با این حجم نمونه برابر با ۰/۸۵۱ بدست آمد که پایایی برای ادامه کار بود. پس از جمع اوری داده های کل نمونه، مجدداً این ضریب محاسبه شد که این ضریب به ۰/۸۱ تغییر یافت که پایایی مناسبی بود.

۴- یافته های پژوهش

۴-۱- تجزیه و تحلیل یافته های پژوهش کیفی (مقوله بندی و کد گذاری محوری)

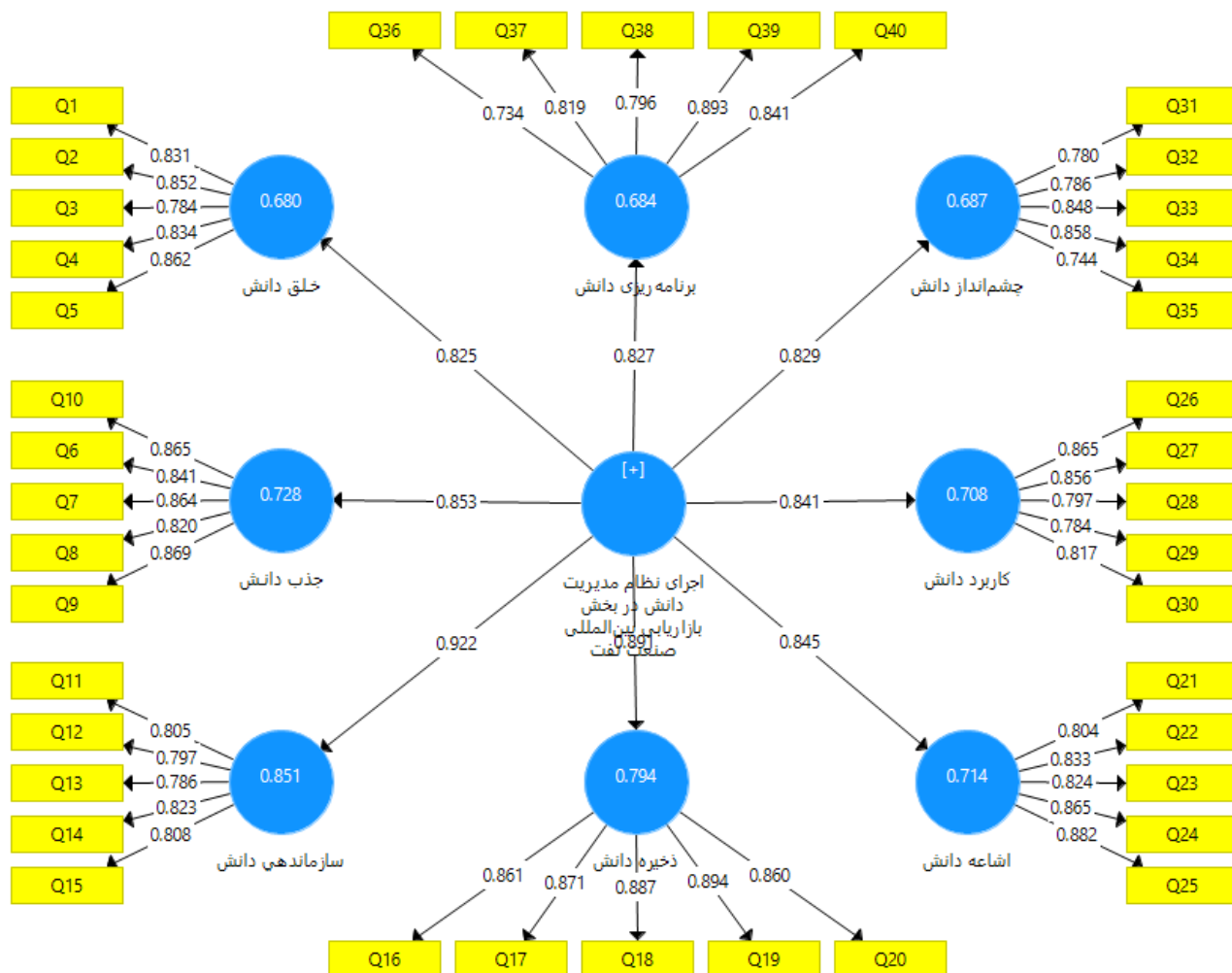
جدول ۳- مولفه های مستخرج از کدگذاری (باز، محوری و انتخابی) مصاحبه

شاخص	میانگین	انحراف معیار	حداقل	حداکثر	میانگین رتبه	ترتیب اهمیت براساس میانگین
خلق دانش	۴,۰۵	.۹۴۵	۲	۵	۱۹,۲۸	۲۷
جذب دانش	۴,۱۵	.۹۳۳	۲	۵	۲۱,۰۳	۱۹
سازماندهی دانش	۴,۱۵	.۹۸۸	۲	۵	۲۰,۷۸	۲۱
ذخیره دانش	۴,۰۵	.۹۴۵	۲	۵	۱۹,۲۳	۲۸
اشاعه دانش	۴,۲۵	.۹۱۰	۲	۵	۲۲,۳۳	۹
کاربرد دانش	۴,۱۰	.۹۶۸	۲	۵	۲۰,۰۰	۲۵
چشم انداز دانش	۴,۲۰	.۹۵۱	۲	۵	۲۱,۷۰	۱۳
برنامه ریزی دانش	۴,۰۰	.۹۷۳	۲	۵	۱۸,۹۳	۳۰

در نهایت برنامه ریزی دانش؛ به عنوان مولفه ها و شاخص های اجرای نظام مدیریت دانش در بخش بازاریابی بین المللی صنعت نفت، جهت ارزیابی در بخش کمی، مورد تأیید قرار گرفت.

در نهایت با توجه به پیشنهاد صاحب نظران و خبرگان و همچنین موافقت اساتید راهنما و مشاور، مولفه های استخراج شده با عناوین: خلق دانش، جذب دانش، سازماندهی دانش، ذخیره دانش، اشاعه دانش، کاربرد دانش، چشم انداز دانش، و در

۲-۴- تجزیه و تحلیل یافته های پژوهش کمی



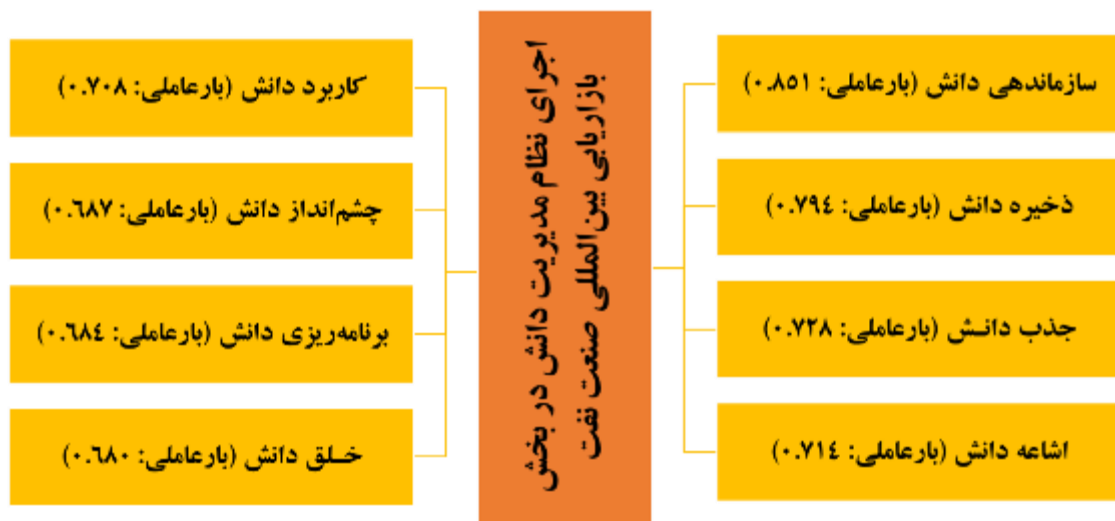
شکل ۱- مدل تحلیل عاملی شاخص های تدوین الگوی اجرای نظام مدیریت دانش در بخش بازاریابی بین المللی صنعت نفت

ادا مه اطلاعات بار عاملی و اولویت ها ارائه می گردد:

همانطور که در شکل ۱ نشان داده شده است، از بین ۸ مولفه هیچ یک از آن ها بار عاملی کمتر از ۰,۳ نداشتند لذا از روند تحلیل عاملی حذف نمی گردند و در روند تحلیل باقی می مانند.

جدول ۴- بارعاملی و اولویت بندی مولفه ها

ردیف	اولویت	مولفه	بارعاملی
۱	اولویت اول	سازماندهی دانش	۰,۸۵۱
۲	اولویت دوم	ذخیره دانش	۰,۷۹۴
۳	اولویت سوم	جذب دانش	۰,۷۲۸
۴	اولویت چهارم	اشاعه دانش	۰,۷۱۴
۵	اولویت پنجم	کاربرد دانش	۰,۷۰۸
۶	اولویت ششم	چشم انداز دانش	۰,۶۸۷
۷	اولویت هفتم	برنامه ریزی دانش	۰,۶۸۴
۸	اولویت هشتم	خلق دانش	۰,۶۸۰



شکل ۲- الگوی زیرساختی مورد نیاز برای اجرای نظام مدیریت دانش در بخش بازاریابی بین المللی صنعت نفت

جدول ۵- ضریب مسیر خروجی حاصل از تحلیل عاملی تأییدی مرحله سوم به تفکیک مولفه‌ها

ردیف	مسیر	ضریب مسیر
۱	سازماندهی دانش <<< ذخیره دانش	۰,۹۷۸
۲	ذخیره دانش <<< جذب دانش	۰,۹۴۱
۳	جذب دانش	۰,۹۲۳

مولفه‌ها و شاخص‌های اجرای نظام مدیریت دانش در بخش بازاریابی بین‌المللی صنعت نفت، جهت ارزیابی در بخش کمی، مورد تأیید قرار گرفت. همانطور که قبلاً هم نشان داده شده است، از بین ۸ مولفه هیچ یک از آن‌ها بارعاملی کمتر از ۰,۳ نداشتند لذا از روند تحلیل عاملی حذف نگردیدند و در روند تحلیل باقی ماندند. در نهایت «الگوی اجرای نظام مدیریت دانش در بخش بازاریابی بین‌المللی صنعت نفت»، به شرح ذیل ارائه می‌گردد:

از جمع‌بندی در خصوص عوامل، ابعاد و مولفه‌های الگوی اجرای نظام مدیریت دانش در بخش بازاریابی بین‌المللی صنعت نفت، سه عامل جدول ۵، با اولویت بالا مطرح گردید.

۵- نتیجه‌گیری

در بخش کیفی با توجه به پیشنهاد صاحب‌نظران و خبرگان و همچنین موافقت اساتید راهنما و مشاور، مولفه‌های استخراج شده با عناوین: خلق دانش، جذب دانش، سازماندهی دانش، ذخیره دانش، اشاعه دانش، کاربرد دانش، چشم‌انداز دانش، و در نهایت برنامه‌ریزی دانش؛ به عنوان



شکل ۳- الگوی اجرای نظام مدیریت دانش در بخش بازاریابی بین‌المللی صنعت نفت

از جمع‌بندی در خصوص عوامل، ابعاد و مولفه‌های الگوی اجرای نظام مدیریت دانش در بخش بازاریابی بین‌المللی صنعت نفت، ۳ عامل، با اولویت بالا مطرح گردید. این عوامل عبارتند از: اولویت اول- سازماندهی دانش، اولویت دوم- ذخیره دانش، اولویت سوم- جذب دانش.



شکل ۴- اولویت بندی مولفه‌ها

۱-۵- پیشنهادهای مدیریتی

جدول ۶- سازوکارهای مناسب برای تدوین روند اجرای نظام مدیریت دانش بر مبنای اولویت در بخش بازاریابی بین‌المللی

صنعت نفت

سازوکارهای مناسب توسعه مولفه خلق دانش	
✓	برنامه‌ریزی سازوکارهایی برای تولید و کسب دانش از منابع مختلف نظیر همکاران، مشتریان، شرکای کاری و رقبا
✓	برنامه‌ریزی برای تشویق افراد و گروه‌ها به تبادل عقاید و دانش
✓	برنامه‌ریزی برای استقبال از تولید دانش جدید توسط کارکنان
✓	برنامه‌ریزی برای استفاده از دانش موجود، برای تولید دانش جدید
✓	برنامه‌ریزی برای استفاده از آموخته‌ها و تجارب پروژه‌های انجام شده جهت موفقیت پروژه‌های بعدی
سازوکارهای مناسب توسعه مولفه جذب دانش	
✓	برنامه‌ریزی برای استقبال از عقاید و آراء افراد برای تحقق توسعه
✓	ایجاد سازوکارهایی به منظور جذب و انتقال دانش از منابع مختلف (همکاران، مشتریان، شرکای کاری و رقبا)
✓	ایجاد سازوکارهایی برای تبدیل دانش به برنامه‌های عملیاتی جهت تحقق اهداف
✓	ایجاد سازوکارهایی برای تبدیل دانش به محصولات جدید
✓	ایجاد زمینه‌های لازم برای افراد جهت ابراز دانش و عقاید جدیدشان بدون نگرانی از تمسخر و ترس
سازوکارهای مناسب توسعه مولفه سازماندهی دانش	
✓	برنامه‌ریزی برای روش‌های بررسی منظم دانش نوین طراحی شده است و افراد وظیفه دارند دانش خود را به روز نمایند.
✓	ایجاد سازوکارهایی برای پالایش، فهرست بندی و یکپارچه سازی انواع و منابع مختلف دانش
✓	برنامه‌ریزی برای ارائه بازخورد به افراد درباره دانش و عقایدشان
✓	ایجاد سازوکارهایی برای بکارگیری دانش حاصل از تجارب و منابع همسان، در مشکلات و چالش‌های پیش رو

تدوین روند اجرای نظام مدیریت دانش در بخش بازاریابی بین‌المللی صنعت نفت

✓ ایجاد سازوکارهایی برای عملیاتی شدن عوامل موثر در پیاده سازی مدیریت دانش

۵-۲

- پیشنهادهایی برای پژوهش های آینده و محدودیت ها

- پیشنهاد می شود در تحقیقات آتی ابزار اندازه گیری اجرای نظام مدیریت دانش
- در تحقیقات آینده پیشنهاد می شود توانمندی های علمی مدیریتی و هوش مدیران و کارکنان به عنوان یک متغیر مداخله گر بررسی و تاثیر آن مشخص گردد.

بدیهی است که رفع محدودیت های پژوهش زیربنای پژوهش های بعدی قرار می گیرد و این امر موجب شکوفایی در امر علم و پژوهش خواهد بود پژوهش حاضر نیز از این محدودیت ها مستثنی نبوده است، از جمله می توان به موارد ذیل اشاره کرد :

- این پژوهش محدود به وزارت نفت می باشد و سایر سازمان ها در سایر نقاط کشور را در بر نمی گیرد.
- یکی از محدودیت های تحقیق این بود که به دلیل بالا رفتن هزینه های پژوهش و محدودیت زمانی جامعه پژوهش حاضر را کارکنان و مدیران واحد بازاریابی بین المللی وزارت نفت تشکیل دادند.

در بخش بازاریابی بین المللی صنعت نفت ساخته شود و ضمن سنجش آن، ارتباط آن با مولفه های اکتشافی در تحقیق حاضر مقایسه گردد.

فهرست منابع

- بازرگان هرندی، عباس. (۱۳۸۷).
روش تحقیق آمیخته با رویکردی برتر
برای مطالعه مدیریت. دانش مدیریت
سال ۲۱ شماره ۸۱.
- بزاز جزایری، سید احمد. (۱۳۹۳). (۱۳۸۵).
مدیریت بر مبنای توانمند سازی
منابع انسانی.
- پرویز راد، پیمان. (۱۳۹۴). بررسی
رابطه بین ساختار سرمایه و عملکرد
مقابل فناوری، فنون و انسان <
فصلنامه اطلاع رسانی دوره ۱۸ شماره ۱
و ۲.
- ذاکری، سید علیرضا. (۱۳۹۱). بررسی و
مقایسه شاخص های کارت امتیازی
متوازن با استراتژی سازمان های
خدماتی. پایان نامه کارشناسی ارشد
مدیریت دولتی. دانشگاه آزاد اسلامی
واحد اراک.
- صیف، محمدحسن. کرمی، مقداد.
(۱۳۹۶). مدیریت دانایی با رویکرد
استراتژیک پرتال جامع مدیریت.
- عدلی، فریبا. (۱۳۹۳). مدیریت دانش
حرکت به فراسوی دانش. تهران:
فرانشاختی اندیشه.
- احمدی، سید علی اکبر. صالحی، علی.
(۱۳۹۱). مدیریت دانش. تهران: پیام نور.
- انتظاری، علی. (۱۳۹۰). مقایسه فرهنگ
دانایی بین مؤسسه عالی آموزش و
پژوهش مدیریت و برنامه ریزی. پایان
نامه کارشناسی ارشد. دانشکده صدا و
سیما و دانشکده صنعت هواپیمایی
کشور. مؤسسه عالی آموزش و پژوهش
سازمان مدیریت و برنامه ریزی تهران.
- تعدیل شده با ریسک پذیرفته شده در
بورس اوراق بهادار تهران. سومین
کنفرانس بین المللی حسابداری و
مدیریت با رویکرد علوم پژوهشی نوین.
- خوش سیما، غلامرضا. ابراهیمی نژاد،
مهدی. فلاح لاجیمی، حمید رضا.
(۱۳۹۳). بررسی ارتباط بین فرآیندهای
مدیریت دانش و اثربخشی مدیریت
دانش. مطالعات مدیریت صنعتی.
۱۰:۴۶-۲۵.
- درویش، فاطمه. (۱۳۹۲). استراتژی
مدیریت دانش در بانک پارسیان. پایان
نامه کارشناسی ارشد دانشگاه الزهرا
(س).
- دی بایست. (۱۳۹۷). (۱۳۸۷). <
مدیریت دانش در سازمانها: بررسی تاثیر

- Advancements. New York and London: Information Science Reference.
- Mishra, Bijaya. & Bhaskar, A. udy. (2014). Empowerment A Necessary Attribute of a learning organization?. Organizations And Markets in Emerging Economies, Vol No 2.
 - Lin, H. (2017). Knowledge sharing and firm innovation capability: An empirical study. International Journal of Manpower, 28 (3/4), 315-332.
 - Nonaka, I. & Takeuchi. H. (2008). The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create The Dynamics of Innovation. New York: Oxford University Press.
 - Newman, B. D, & Conrad, K. W. (2010). A Framework for characterizing Knowledge Management Methods, Practices, and Technologies. Third Int.conf. practical Aspect of knowledge Management.
 - Uhlanev, L,vanstel, A./meijuard,J.,mickey,f.(2007). The relation ship between knowledge management, in novation and firm performance: evidence from dutch Smes,
 - عمران زاده ، اسماعیل. خوش چهره، محمد. منوریان، عباس. اعلائی، حسین. (۱۳۹۶). فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت سازمانهای دولتی دوره ۵ شماره ۳.
 - کیخا، احمد. عباسپور. (۱۳۹۸). نشریه علمی ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی. مقاله: رابطه بین هوش سازمانی و عملکرد سازمانی با میانجیگری خلاقیت.
 - نادی، محمدعلی. (۱۳۸۹). مجله علمی پژوهشی سلامت کار ایران دوره ۷ شماره ۲، تجزیه و تحلیل رابطه وفاداری و عدالت با سلامت نگرش کارکنان.
 - یوسفی و همکاران. (۱۳۹۱). بررسی میزان تاثیر مدیریت دانش بر نو آوری (درمیان مدیران و کارکنان شرکتهای فناور مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه ارومیه)
 - Haskel, A. (2014). Living (and dying) by numbers: The continuing weakness of the HRM-Organizational performance link. Working paper, Institute for Advanced Studies, Lancaster.
 - Holsapple, C. W. & Jones, K. G. (2017). Knowledge chain activity clssses: Impacts on competitiveness and the importance of Technology support. In knowledge management, organizational Memory, and Transfer Behavior, Global Approchee and

- www.eirn.nl/Smes-and-entrepeneurship.
- Walters, B. Zaiyong, T. (2016). IT-Tabled Strategic Management. Idea Group Publishing.

Compilation of the Implementation Process of the Knowledge Management System in the International Marketing Department of the Oil Industry

Abstract

The purpose of this article is to compilation the process of implementing the knowledge management system in the international marketing department of the oil industry. For this purpose, in the qualitative part, the interpretive paradigm, qualitative approach and data strategy of the foundation (Grand Theory) have been used. Qualitative data were obtained through interviews with 12 experts (marketing professors and experts in this field in the oil industry). In order to reach the experts, purposeful sampling method and hidden content analysis tactics have been used to analyze in-depth interviews and Max Kyoda 2018 software has been used for coding. Findings and research results show that: knowledge creation, knowledge acquisition, knowledge organization, knowledge storage, knowledge dissemination, knowledge application, knowledge perspective, and finally knowledge planning components of knowledge management system implementation in the international marketing department of industry are oil. In the quantitative part, the meta-positivist paradigm, quantitative approach and descriptive strategy are used. To collecting data, a questionnaire was distributed among employees, managers and experts of the Ministry of Oil and SPSS software was used for exploratory factor analysis and PLS software was used to analyze hypotheses. Findings and results show that the three components: knowledge organization, knowledge storage and knowledge acquisition have the first to third priority for the implementation of knowledge management system in the international marketing of the oil industry.

Keywords: International Marketing, Prioritization of Knowledge Management Infrastructure Components, Oil Industry Knowledge Management System