

عنوان مقاله:

نقش مدیریت دانش در ارتقا کسب و کارهای کوچک و متوسط

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی تحقیق و توسعه در هزاره سوم (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

حامد کرد - عضو هیات علمی دانشگاه ولایت ایرانشهر

احمد دوستی - مدرس دانشگاه جامع علمی کاربردی منطقه آزاد چابهار

سهیلا کشاورز - دانشجوی مدیریت کسب و کار دانشگاه ولایت ایرانشهر نویسنده مسوول

خلاصه مقاله:

امروزه اغلب صاحبان برای بایرند که سازمان ها باید به دنبال روش هایی موثر برای انتشار دانش سازمانی در میان سطوح مختلف نیروی انسانی در سراسر سازمان باشند. به همین دلیل میتوان از دانش به عنوان یک بعد رقابتی و مزیت رقابتی اصلیه رینگاه نامبرد. بدین ترتیب، ضرورت شناخت وبه کارگیری روش های موثر برای تسهیم وانتقال دانش درون سازمان ومدیریت دانش در سازمان، بیش از پیش آشکار شده است. از طرفی اقتصاد دنیا تحت سلطه شرکتهای کوچک ومتوسطی قرار گرفته که مهمترین منبع رشد تولید ناخالص ملی می باشند. اهمیت مدیریت دانش در این موسسات بسیار عمده تر است. در این مقاله مفهوم مدیریت دانش، نقش وتأثیر آن وهم چنین عوامل اصلی موفقیت اجرای مدیریت دانش در کسب و کارهای کوچک ومتوسط ارایه شده است

کلمات کلیدی:

دانش، مدیریت دانش، کسب و کارهای کوچک ومتوسط، سازمان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/327256>

