

جایگاه مدیریت دانش در توسعه نوآوری در مؤسسات کوچک و متوسط دانش بنیان

لاله جمشیدی*

*استادیار، گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه سمنان

Laleh.jamshidi@yahoo.com

تاریخ پذیرش: ۹۱/۵/۱۵

تاریخ دریافت: ۹۱/۰۲/۲۰

چکیده: عصر حاضر، عصر تحولات و تغییرات شگرف در فناوری‌هاست. عصری که ساختار فکری آن آکنده از عمق بخشیدن به اطلاعات و توجه به مشارکت نیروی انسانی خلاق و دانش‌گرا به جای نیروی انسانی عملکردی است. از اینرو مدیریت هوشیار بر آن است تا هرچه بیشتر و بهتر در جهت استفاده از ابزارهای نوین به نام دانش برای رویارویی و مقابله با عوامل عدم اطمینان، حفظ موقعیت و ایجاد خلاقیت و نوآوری، جهت گسترش عرصه رقابتی خود بر آید؛ این امر مستلزم آن است که مؤسسات کوچک و متوسط با ارج نهادن به مدیریت دانش و متقابلاً مدیریت خلاقیت و نوآوری، آنرا به عنوان یک نیاز استراتژیک و ضروری جهت پیشگامی در عرصه رقابت پذیری در زمره برنامه‌های دارای اولویت خود قرار دهند. امروزه سازمان‌هایی موفق هستند و می‌توانند در دنیای پر رقابت ادامه حیات بدهند که دائماً افکار و اندیشه‌های جدید و نوآورانه را در سازمان کاربردی سازند. این امر تنها از عهده مدیران و کارکنان خلاق بر خواهد آمد و مستلزم بکارگیری اهرم‌های مناسب جهت بهینه ساختن موفقیت نوآوری می‌باشد. مقاله حاضر به بحث پیرامون مدیریت دانش، نوآوری و نقش و جایگاه مدیریت دانش در رشد و توسعه نوآوری مؤسسات کوچک و متوسط دانش بنیان پرداخته است.

کلید واژه: دانش، مدیریت دانش، نوآوری.

مقدمه

امروزه دیگر تمامی متخصصین و صاحب‌نظران سازمانی اذعان دارند که سازمان‌ها جهت حضور مستمر و پایدار در دنیای رقابت می‌بایست حول محور علم و دانش فعالیت نمایند. در عصر حاضر، نقش دانش به عنوان یک منبع کلیدی برای سازمان تبدیل به موضوعی فراگیر و مهم شده است و شرط موفقیت سازمان‌ها دستیابی به یک دانش و فهم عمیق در تمامی سطوح می‌باشد. با توجه به تغییر و تحولات فزاینده در محیط پیرامون سازمان‌ها، نیاز است این سرمایه مهم و اساسی به شیوه‌ای نظام مند و ساختار یافته مدیریت شود تا زمینه و بستر مناسب جهت توسعه نوآوری را فراهم آورد. در دنیای رقابتی کنونی، مدیریت دانش سبک و روشی است برای رشد و توسعه سازمان‌ها که به واسطه آن زمینه‌های نوآوری در سازمان فراهم آید و سازمان در راستای کسب مزیت رقابتی سوق داده شود. کشورهای جهان با تکیه بر نوآوری، در پی افزایش بهره‌وری و بهبود وضعیت اقتصادی هستند و یکی از دلایل عمده این توجه، وجود رقابت فزاینده بین جوامع است.

انعطاف پذیری و واکنش سریع در برابر شرایط متغیر محیطی، استفاده بهتر از منابع انسانی و دانش موجود در نزد آنها و همچنین اتخاذ تصمیمات بهتر، دستاوردهای مدیریت دانش برای سازمان‌های امروزی است که مؤسسات کوچک و متوسط از این قاعده مستثنی نیستند. تجربیات کشورهای مختلف نشان می‌دهد که شرکت‌های کوچک و متوسط در توسعه فناوری، رونق اقتصادی و ایجاد اشتغال مولد، نقش اساسی دارند و به گفته اکثر صاحب‌نظران زیربنای اقتصاد دانش بنیان هستند [۲۰]. در این مقاله مجال آن پیدا شده است که اهمیت دانش، مدیریت دانش، نوآوری و در نهایت جایگاه مدیریت دانش در توسعه نوآوری مؤسسات کوچک و متوسط مورد مذاقه قرار گیرد.

۱. انواع دانش

امروزه دانش به عنوان یک دارایی ارزشمند و یک منبع و سرمایه راهبردی در سازمان مطرح است و ارائه خدمات (محصولات) با کیفیت و اقتصادی، بدون بهره‌گیری و

مدیریت این منبع ارزشمند، کاری دشوار و اغلب غیرممکن است. در گذشته بر منابعی همچون زمین، کار و سرمایه تأکید می‌شد، اما در حال حاضر، منابع فوق تنها در مشارکت و تعامل با دانش فردی و سازمانی است که ارزش می‌یابند. دانش برخلاف سایر منابع، از طریق استفاده و بخشش نقصان نمی‌پذیرد، بلکه همواره بر کمیت و کیفیت آن افزوده می‌گردد. دانش به عنوان یک منبع مهم مزیت رقابتی و ایجاد ارزش، به عنوان یک عنصر ضروری برای توسعه پایدار و به طور کلی، به عنوان یک عامل تعیین کننده برای شرکت‌های با آمال جهانی شناخته شده است. علاوه بر این، دانشی که شرکت‌ها شناسایی می‌کنند، منبعی پویا است که نیازمند تغذیه و مدیریت دقیق می‌باشد [۹]. سرمایه ارزشمند دانش در سازمان‌های دانایی محور و از طریق دانشگران سازمانی به خوبی خلق، تسهیم و به کارگیری می‌شود.

دانش همواره به عنوان قدرتی در دست صاحبان آن و عاملی جهت پیشرفت علمی و اقتصادی جوامع مطرح نظر قرار گرفته است. طی سال‌های اخیر، تمامی سازمان‌ها پیوستن به بازار دانش را آغاز نموده‌اند. دانش مهمترین سرمایه‌ای است که سازمان‌ها قادرند آنرا خلق کرده و با بهره‌گیری از آن، واجد مزیت رقابتی گردند. دانش همان صورت ذهنی ایده‌ها، واقعیت‌ها، مفاهیم، داده‌ها و تکنیک‌های ثبت شده در حافظه انسان است که از مغز انسان سرچشمه می‌گیرد و مبتنی بر اطلاعاتی است که با تجربه، باورها و ارزش‌های شخصی، همراه با تصمیم و عمل وی، دگرگون و بارور می‌شود. دانش در طول تاریخ همیشه اساس رشد، تکامل و توسعه اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی جوامع و کشورها بوده است [۱۶]. داوونپورت و همکارانش (۱۹۹۸) دانش را تحت عنوان اطلاعات آمیخته با تجربه، زمینه، تفسیر و تفکر به حساب آورده‌اند [۱۵].

دانش را می‌توان به «دانش ضمنی»^۱ و «دانش صریح»^۲ تقسیم‌بندی نمود. دانش ضمنی معمولاً در حوزه یادگیری تجربی، شناختی و ذهنی است که در حیطه دانش شخصی، تجربی و غیر رسمی در سازمان قرار می‌گیرد. در حالی که دانش صریح به دانشی اطلاق می‌گردد که با دانش فنی، منطقی و عینی سروکار دارد و دارای جنبه‌های رسمی‌تر، عقلانی‌تر و آکادمیک است. به عبارت دیگر، دانش صریح به خوبی قابل دسترسی، کد گذاری و ذخیره سازی است و به شکلی دقیق و روشن بیان می‌گردد و نکته پوشیده‌ای باقی نمی‌گذارد و انتقال آن نیازمند ارتباطات و تعاملات میان افراد

نیست، اما دانش ضمنی به وضوح ابراز نگردیده و انتقال آن بسیار دشوار است. دانش ضمنی مؤلفه کلیدی مدیریت دانش بوده که در حافظه اعضای سازمان ذخیره گردیده است و آزادسازی ظرفیت واقعی این دارایی ارزشمند، رمز موفقیت سازمان‌های کنونی می‌باشد. در واقع هدف اصلی مدیریت دانش تبدیل دانش ضمنی به دانش صریح و انتشار مؤثر آن در سازمان است. دانش صریح شامل خط مشی‌ها، رویه‌ها، مستندات، محصولات، استراتژی‌ها، اهداف، مأموریت‌ها و توانمندی‌های اساسی سازمان و زیر ساخت‌های فناوری اطلاعات است. در مقابل دانش ضمنی مجموعه‌ای از چارچوب‌های ذهنی، بینش‌ها، تخصص‌ها، ادراکات و یادگیری‌های سازمانی است [۲۲].

به منظور تشریح و تبیین تعاملات بین دانش ضمنی و دانش صریح در فرآیند ایجاد و خلق دانش، نوناکا (۱۹۹۴)، مدل ماریچ خلق دانش سازمانی را تدوین نموده است که در این مدل، فرآیندهای ترکیب و بیرونی سازی دانش صریح در تعامل با فرآیندهای اجتماعی کردن و درونی سازی دانش ضمنی قرار دارد. دانش در اثر تعاملات بین روابط افراد، گروه‌ها، سازمان‌ها و نهادهای درون سازمانی رشد می‌یابد. دانش به این دلیل صریح می‌گردد تا تسهیم شود، سپس درونی می‌شود تا پردازش شود و نهایتاً در سطح رشد یافته و غنی شده بیرونی می‌گردد و این چرخه همچنان ادامه می‌یابد. نوناکا در مدل یکپارچه خود برای ایجاد دانش پویا، از دانش به عنوان عامل محرک درونی یاد می‌کند. دانشی که مفهومی در بر نداشته باشد، در واقع اطلاعات خواهد بود و اطلاعات زمانی به دانش تبدیل می‌گردد که توسط اشخاص تفسیر گردیده، با عقاید و تعهدات آنها آمیخته شده و به آن مفهوم داده شود. اگر سطوح مختلف فرآیندهای پردازش دانش به طور اثربخش عمل نماید، بدنه در حال رشدی از دانش ایجاد خواهد شد که ابتکار و نوآوری را به ارمغان خواهد آورد [۱۴]. دانش ضمنی معمولاً قسمتی از فرآیندهای یادگیری بلندمدت در یک بافت ویژه است که در ساختار تفکر جای دارد، لذا به عنوان بخشی از نظام ایمنی سازمان، از تقلید و نسخه برداری یا روگرفت نوآوری جلوگیری می‌کند. از این منظر، دانش ضمنی عاملی برای حفظ نوآوری محسوب می‌شود [۲].

۲. مدیریت دانش در مؤسسات کوچک و متوسط دانش بنیان

تغییر سبک‌های مدیریتی در دهه‌های اخیر از شیوه‌های آمرانه به رویکردهای مشارکتی، ظهور اقتصاد جهانی و پدیده جهانی شدن،

¹- Tacit Knowledge

²- Explicit Knowledge

امروزه کیفیت و سرعت هماهنگی با تغییرات محیط پیرامون، موفقیت مؤسسات کوچک و متوسط را رقم می‌زند و مدیریت دانش به آنان یاری می‌رساند تا از طریق یادگیری و باز تولید مداوم دانش، تغییرات را شناسایی نموده و بدان واکنش مناسب و به موقع نشان دهند. در مدیریت دانش تفکر، دانایی محوری و مردم محوری جایگزین سرمایه محوری شده و تسهیم دانش و تجربه و تعاملات آزاد علمی محورهای اصلی آن محسوب می‌گردند. تأکید بر خلق و بازشناسی دانش ضمنی و تسهیم دانش صریح از طریق مهندسی مجدد فرهنگ درون سازمانی و بهره‌گیری از فناوری‌های پیشرفته و ضرورت توجه به رهبری خلاق و کارآمد، رموز موفقیت سازمان‌ها را در بازارهای رقابتی کنونی تشکیل می‌دهند.

جامعیت و کل‌نگری در ارتباط با مدیریت دانش در مؤسسات کوچک و متوسط دانش بنیان بسیار حائز اهمیت است و تأکید بر جنبه‌های تئوری و مفهومی بدون توجه به شیوه‌های کاربردی و اجرایی یا اهمیت بیش از حد نسبت به تأمین زیرساخت‌ها و تجهیزات فناوری، فارغ از جایگاه کلیدی سرمایه انسانی تحقق بهینه مدیریت دانش در این مؤسسات را ناممکن می‌سازد. مدیریت دانش بایستی به عنوان یک طرح سازمانی و مدیریتی یکپارچه مورد بررسی قرار گیرد که بر اساس اهداف راهبردی طراحی شده، فرآیندهای کسب و کار را مد نظر قرار داده و بیشترین بهره را از فناوری‌های نوین کسب نماید.

از دیدگاه کلمن (۱۹۹۹) مدیریت دانش همانند چتری است که کارکردهای متنوع مرتبط به هم را در بر می‌گیرد که عبارتند از: خلق دانش، ارزیابی و معیارسنجی دانش، نمایه سازی و طرحریزی دانش، انتقال دانش، ذخیره سازی، توزیع و تسهیم دانش. سوان، اسکاربروگ و پرستون (۱۹۹۹) معتقدند مدیریت دانش عبارت است از فرآیند یا فعالیتهای خلق، کسب، دریافت، تسهیم و کاربرد دانش به منظور ارتقای یادگیری و عملکرد در سازمان [۱۶]. کوئین تاس و همکارانش (۱۹۹۷) چنین اظهار داشته‌اند که مدیریت دانش فرآیند مدیریت نمودن دانش برای شناسایی نیازهای موجود، بهره‌برداری از دانش موجود و توسعه موقعیت‌های جدید می‌باشد. بر این اساس مدیریت دانش به مثابه ابزاری برای نوآوری در سازمان انگاشته شده است [۲۱].

مدیریت دانش ساختاری نظام مند، واضح و آگاهانه است که دانش را بازآفرینی می‌نماید و آن را به منظور حداکثر نمودن بهره‌وری مرتبط با دانش به کار می‌گیرد. مدیریت دانش،

انفجار اطلاعات و فناوری‌های پیشرفته، همه از جمله عوامل تأثیر گذار در پیدایش و نضج مفهوم مدیریت دانش بوده‌اند [۲۴]. عصر اطلاعاتی که از دهه ۱۹۶۰ آغاز شد هنوز جایگاه خود را حفظ کرده است. موج سوم عصر اطلاعات بعد از پشت سر گذاشتن اقتصاد دیجیتال و اقتصاد شبکه‌ای، اقتصاد و سازمان‌های دانش بنیان هستند [۱۰]. در چنین عصری مدیران مؤسسات کوچک و متوسط تلاش می‌نمایند از طریق مدیریت دانش، دانش انباشته در ذهن اعضای خود را استخراج نموده و آن را در میان تمامی افراد تسهیم کنند. در این حالت دانش ذخیره شده در سیستم، تبدیل به یک منبع قابل استفاده دائمی گشته و مزیت رقابتی پایدار^۱ برای این مؤسسات فراهم می‌کند.

اساس و بنیان رقابت پذیری سازمانی در اقتصاد معاصر از منابع فیزیکی و قابل محسوس به دانش تبدیل شده است. همچنین تمرکز اصلی سیستم‌های اطلاعات نیز از مدیریت اطلاعات به مدیریت دانش تغییر یافته است. کسب و کارهایی که قادر به دستیابی دانش موجود در درون سازمان‌های خود بوده و آن را در عملیات، محصولات و خدمات خود تسری و گسترش دهند، نسبت به رقبای خود از مزیت ویژه برخوردار خواهند بود. در کشورهای توسعه یافته بسیاری از سازمان‌ها به عنوان کسب و کارهای دانش محور به شمار می‌آیند که در آنها مدیریت دانش امری ضروری می‌باشد [۱۱].

در اقتصاد دانش بنیان، در حالیکه عوامل سنتی تولید، اهمیت خود را دارا هستند، دانش عامل اصلی رشد، ایجاد ارزش جدید و تدارک پایه‌ای برای باقی ماندن در رقابت محسوب می‌شود. هسته اصلی اقتصاد دانش محور، سرمایه انسانی خواهد بود که به طور اساسی ظرفیت ایجاد، نوآوری، تولید و بهره‌برداری از ایده‌های نوین را خواهد داشت [۱۷]. در اقتصاد عصر حاضر که مبتنی بر دانش و سرمایه‌های دانشی است، موفق‌ترین بنگاه‌ها آنهایی هستند که از دارایی‌های ناملموس دانشی خود به نحو کارآمدتری استفاده می‌کنند. در این میان، واژه بنگاه‌ها و مؤسسات دانش بنیان برای توصیف بنگاه‌هایی به کار می‌رود که از دارایی‌های دانشی خود را به عنوان منبع اصلی مزیتی رقابتی استفاده می‌کنند. در یک بنگاه دانش بنیان، سود نتیجه تجاری سازی ایده‌ها و نوآوری‌های جدید است که حاصل تعامل دارایی‌های فیزیکی و سرمایه‌های دانشی است و شامل سرمایه‌های انسانی، ساختاری و رابطه‌ای می‌شود [۸].

¹ - Sustainable Competitive Advantage

رویکردهای سیستماتیک را به منظور یافتن، درک و کاربرد دانش به منظور ارزش آفرینی به کار می‌گیرد [۱۸]. گلوئت و تریوسکی (۲۰۰۴) مدیریت دانش را به عنوان رسمی سازی و دستیابی به تجارب، دانش و مهارت که موجب ظرفیت‌های جدید و عملکرد اثربخش و مشوق نوآوری می‌باشد، تعریف کرده اند. همچنین آنان مدیریت دانش را به مثابه چتری که در برگرفته واژه‌های به هم پیوسته از قبیل خلق دانش، ارزش گذاری و استانداردسازی دانش، نمایه سازی و نقشه برداری دانش، انتقال دانش، ذخیره سازی، اشاعه و تسهیم دانش می‌باشد، به حساب آورده اند [۲۵].

داروک و مک ناگتون (۲۰۰۲) اذعان داشته اند که مدیریت دانش، کارکردی مدیریتی است که دانش را ایجاد یا تعیین می‌کند، جریان دانش را مدیریت می‌کند و اطمینان حاصل می‌کند که دانش در راستای بهره وری بلندمدت سازمان، به طور اثربخش و کارآمد مورد استفاده قرار می‌گیرد. پارلی و تیلور (۲۰۰۰) معتقدند مدیریت دانش حامی نوآوری و تولید ایده‌های نو و بهره برداری از قدرت تفکر سازمان می‌باشد. مدیریت دانش همچنین تسهیل گر تشریک مساعی، تسهیم دانش و یادگیری و بهبود مستمر می‌باشد. مدیریت دانش یک رویکرد ساختمان و برنامه ریزی شده برای مدیریت خلق، تسهیم، بهره برداری و نفوذ دانش به عنوان یک سرمایه سازمانی جهت ارتقای توانایی، سرعت و اثربخشی سازمان در ارائه محصولات و خدمات به مشتریان و ارباب رجوعان بر اساس استراتژی‌های سازمان می‌باشد [۲۵].

مدیریت دانش مجموعه‌ای از فرآیندها برای فهم و بکارگیری منبع استراتژیک دانش در سازمان است و رویکردی ساخت یافته است که رویه‌هایی را برای شناسایی، ارزیابی، سازماندهی، ذخیره و بکارگیری دانش به منظور تأمین نیازها و اهداف سازمان برقرار می‌سازد [۱۵]. ویگ (۱۹۹۷) معتقد است مدیریت دانش حقیقتی است که سازمان‌ها به طور نظام مند و آشکارا، جهت کشف و کاربرد دانش به طور کامل به منظور ارتقای بهره وری مرتبط با دانش و کسب حداکثر مزیت را به اجرا در می‌آورند. به منظور تحقق اهداف با انتقال صحیح دانش در زمان و به شیوه‌ای مناسب و صحیح، نیاز است که رویه‌های مدیریت دانش جهت افزایش تأثیر گردآوری، تسهیم، خلق و نوسازی دانش سازمانی معرفی شود [۱۳].

۳. نوآوری

قبل از اینکه ایده‌ای به وجود آید می‌بایست انسانی وجود داشته باشد. سرچشمه و منشأ نوآوری انسان بوده و ماهیت آن حاصل استعدادهای بالقوه بشری است. یعنی نوآوری یکی از تجلیات ذهن و فکر بشری بوده و در همه انسان‌ها به صورت نهاده و موهبت الهی با درجات متفاوت از شدت و ضعف وجود دارد. پس در سرشت و نهاد هر انسان، قوه و استعداد «توانایی خلق کردن» وجود دارد [۶]. اما تنها موجودیت انسان نمی‌تواند پدید آورنده نوآوری باشد. بلکه ابزار و عواملی از قبیل آموزش و مدیریت یادگیری نیاز است تا ذهنیت انسان به سمت ایده سوق داده شود. در حقیقت یادگیری، مهمترین ساز و کار انباشت دانش، نوآوری و رشد است. نوآوری از طریق خلاقیت و تعاملات اجتماعی به منصف ظهور می‌رسد. نوآوری وابسته به ورودی‌های متنوع و تفکر عقلانی و ایده‌های جایگزین مختلف می‌باشد. دانش و تخصص فردی و سازمانی نقش کلیدی در فرآیند نوآوری دارد و می‌توان با صراحت بیان نمود که نقطه عطف نوآوری، دانش و تخصص است.

نوآوری اهرم اصلی برای کسب، حفظ و ارتقای مزیت رقابتی سازمان‌ها می‌باشد. دیدگاه‌های ارائه شده در زمینه نوآوری، بر این نکته تأکید دارند که نوآوری بر پایه و بستر دانش به منصف ظهور می‌رسد. نوآوری در سایه نبوغ محض هم وجود دارد ولی بیشتر نوآوران به ویژه پیروزمندان آنها، از راه جستجوی آگاهانه و هدفمند فرصت‌های کمیاب به نتیجه رسیده اند. اصطلاح نوآوری را در یک مفهوم وسیع می‌توان به عنوان فرآیندی برای استفاده از دانش یا اطلاعات مربوط به منظور ایجاد یا معرفی چیزهای تازه و مفید به کار برد. نوآوری فرآیندی است که در آن دانش به منظور ایجاد دانش جدید که در برگیرنده محصولات و خدمات می‌باشد، کسب، تسهیم و ترکیب می‌شود [۲۵]. نوآوری به اجرا گذاشتن یا تولید محصول جدید، خدمات، اصول و یا قبول روش‌های نو، به صورت اقتصادی می‌باشد. نوآوری با طرح و برنامه است. جهت گیری آن در راستای ایجاد فایده و منفعت اجتماعی است [۱].

از دیدگاه کارنگی و باتلین (۱۹۹۳) نوآوری عبارت است از چیزی جدید یا توسعه یافته توسط سازمان، جهت ایجاد ارزش افزوده هم برای سازمان و هم برای مشتریان آن [۱۶]. نوآوری توسعه و کاربرد ایده جدید به صورت محصول، فرآیند یا خدمت جدیدی است که منجر به رشد پویای اقتصاد ملی و افزایش استخدام برای تولید سود در سازمان نوآور می‌باشد. نوآوری پدیده‌ای نیست که فقط یک بار رخ دهد، بلکه فرآیندی مستمر و متشکل از فرآیند تصمیم‌گیری سازمانی در تمام مراحل، از توسعه ایده جدید تا کاربردی شدن آن

حالیکه نوآوری، مزیت رقابتی سازمان را افزون خواهد نمود، دانش کلید ترکیب نمودن یادگیری سازمانی و فعالیت‌های نوآورانه می‌باشد. دانش در صورتی که در بین افراد شایسته تسهیم و توزیع نشود قادر به رشد و توسعه نوآوری نمی‌باشد. بنابراین سازمان از طریق جذب، تسهیم و کاربرد دانش و تبدیل دانش ضمنی به دانش صریح و کدگذاری شده، قادر به افزایش نوآوری است [۱۹].

پژوهش‌های مختلف نشان داده اند مدیریت دانش از طریق ایجاد یک فرهنگ مفید و ارزشمند برای ایجاد و تسهیم دانش و همچنین ایجاد فرهنگ همکاری در سازمان‌ها نقش مهمی را در فرایند نوآوری ایفا می‌کند. محققان بر نقش محوری مدیریت دانش به خصوص در ایجاد یک محیط کاری داخلی که خلاقیت و نوآوری را حمایت می‌کند تأکید کرده اند. گلوت بیان می‌کند رابطه معنادار و مثبتی بین مدیریت دانش و عملکرد نوآوری در سازمان‌ها وجود دارد. لازم به ذکر است عملکرد نوآوری که در سازمان‌ها به نوآوری‌های محصول و فرایند کمک می‌کند به عنوان مزیت رقابتی شناخته شده است. بنابراین باید برای پیاده سازی مدیریت دانش در سازمان به منظور ایجاد یک فرهنگ مشترک که برای به حداکثر رساندن عملکرد نوآوری و همچنین برای ایجاد مزیت رقابتی موثر است تلاش کرد [۲۷].

ساخت دانش شامل خلق و شناسایی دانشی است که دارای ساختار اجتماعی و ویژگی‌های علمی می‌باشد. سازمان‌هایی که این رویکرد را می‌پذیرند این امکان را فراهم می‌آورند که انواع جدید دانش در سازمان شناسایی و به کار گرفته شود و نوآوری در سازمان افزایش یابد. اگر سازمان‌ها بتوانند تضمین نمایند که فرایند نوآوری با ساختار دانش جدید آغاز می‌شود، چنین دانشی می‌بایست تجسم شود. تجسم دانش جدید، نوآوری را تبدیل به بخش اساسی سازمان می‌نماید. نوآوری نه تنها شامل ساخت و تجسم دانش جدید می‌باشد بلکه همچنین توزیع دانش جدید را در سازمان و پیرامون آن در برمی‌گیرد [۲۱]. نوآوری و دانش سازمانی، دو مقوله غیر قابل تفکیک از یکدیگر هستند. دانش سازمانی بستر و شرایط مناسب را برای بروز نوآوری و به دنبال آن مزیت‌های رقابتی فراهم می‌آورد و متقابلاً نوآوری‌های سازمانی باعث غنا، افزایش و روزآمد شدن پایگاه دانش سازمانی می‌گردند.

اندیشمندان مدیریت معتقدند تنها مبنا و اساس تشکیل، حفظ و ارتقای مزیت رقابتی، پایگاه دانش سازمان است. آنان پایداری مزیت رقابتی را منوط به نوآوری و نوآوری را نیز

می‌باشد. از دیدگاه وارکینگ، نوآوری هر چیز تجدید نظر شده‌ای است که طراحی و به حقیقت درآمده باشد و برتری رقابتی بلندمدت را در پی داشته باشد [۳]. نوآوری به معنای بکارگیری تفکرات جدید ناشی از خلاقیت است که در یک سازمان می‌تواند به صورت یک کالای جدید، خدمت و یا راه حل جدید انجام کارها باشد. در واقع نوآوری فرآیندی است که از طریق آن، سازمان مشکلات موجود را شناسایی و تعریف نموده، سپس فعالانه دانش جدید را برای حل آنها به کار می‌گیرد [۵]. مؤسسات کوچک و متوسط دانش بنیان، به این دلیل که ماهیت شکل‌گیری آنها، مبتنی بر تولید کالا و یا ارائه خدمات مبتنی بر نوآوری است تا از این طریق به کشف فرصت‌های ارزش آفرین پرداخته و توان رقابت در بازار هدف و کسب سهم بازار مطلوب را داشته باشند.

۴. جایگاه مدیریت دانش در توسعه نوآوری مؤسسات کوچک و متوسط دانش بنیان

مدیریت دانش به مثابه بخشی ضروری و اساسی در موفقیت سازمان، دامنه گسترده‌ای از ایده‌های سازمانی، شامل نوآوری‌های راهبردی، اقتصادی، رفتاری و مدیریتی را در برمی‌گیرد. در جهان امروز که تولید کالاها و ارائه خدمات به شدت دانش مدار شده اند، دانش، دارایی کلیدی برای کسب مزیت رقابتی مؤسسات کوچک و متوسط دانش بنیان به شمار می‌رود [۴]. مدیریت دانش در بسیاری از سازمان‌ها در زمره بالاترین اولویت سرمایه گذاری آنها قرار گرفته است. به این علت که تشخیص داده شده است که عملکرد مدیریت دانش به طور وسیعی از طریق سرمایه‌های فکری سازمان می‌باشد و بر نوآوری و موفقیت‌های سازمان تأثیر می‌گذارد. مطالعات وسیع در حوزه نوآوری چنین بیان نموده اند که فرایند نوآوری شامل ترکیب دانش بیرونی و دانش موجود سازمان می‌باشد. بدون ترکیب اثربخش دانش، سازمان نیاز است که زمان و منابع بیشتری صرف مدیریت و حفاظت از اطلاعات نماید و در برابر نوآوری مقاومت بیشتری داشته باشد. هرچه دامنه دانش ترکیبی وسیع تر باشد، تعداد افراد با تخصص‌های بیشتر در آن مشارکت خواهند داشت. تنوع در دانش و اطلاعات به افراد در برقراری ارتباط با یکدیگر و برانگیخته شدن نظرات متنوع تر یاری می‌رساند. زمانی که سازمان توانایی کسب دانش جدید و ترکیب آن با دانش موجود را داشته باشد، با اطمینان بیشتری در راستای نوآوری گام برمی‌دارد. یادگیری سازمانی مستمر، اثربخشی و کارآمدی سازمان را بهبود خواهد بخشید. در

معلول همان پایگاه دانش می‌دانند [۲۳]. در چنین شرایطی، بر دانش که یک منبع مولد نوآوری، رشد اقتصادی، بقای سازمانی و همچنین عاملی برای بهره‌وری کارکنان دانش مدار است، بیش از پیش تأکید می‌شود. از این منظر می‌توان نوآوری را کاربرد دانش برای تولید دانش جدید به حساب آورد و به همین دلیل استفاده هر چه بهتر و کارآمدتر از دانش موجود، توان رقابتی سازمان را تقویت می‌کند.

علاقه سازمان‌ها به مدیریت دانش به خاطر تأثیر مثبت آن بر نتایج سودآوری همچون تولید و نوآوری در کالاها و خدمات است. تأثیر دانش از طریق ایجاد تفکرات جدید در تولید و نوآوری‌های عمومی می‌باشد. دانش برای سازمان به تنهایی منبع مهمی نیست. دانش برای دانش نیست بلکه دانش برای عمل و بهبود عملکرد مهم است. بدین ترتیب در قلب مدیریت دانش باید نوآوری را جستجو کرد. زیرا مزیت رقابتی پایدار در نوآوری نهفته است [۷].

غالباً نتایج و دستاوردهای مؤسسات دانش بنیان از جنس نوآوری و نتایج نامشهود دانشی است. بنابراین نیاز این مؤسسات در راستای برقراری ارتباط مؤثر با سهامداران و سرمایه‌گذاران خود و آگاه نمودن آنها از نتایج و دستاوردهایشان، باعث پررنگ تر شدن نیاز به مدیریت و گزارش دهی خارجی سرمایه‌های دانشی شده است. بنابراین طراحی و بکارگیری رویکرد مناسب مدیریت دانش از اهمیت به‌سزایی برخوردار است [۸].

سازمان‌هایی که قادرند ایجاد انگیزه نمایند و دانش سرمایه‌های انسانی خود را افزایش دهند، از آمادگی بیشتری برای مواجهه با تغییرات سریع و نوآوری در زمینه‌ای که تصمیم به سرمایه‌گذاری و رقابت دارند، برخوردارند. بر اساس رویکردهای جدید به مدیریت دانش، دانشگران خلاق بهتر از دیگران قادرند با مسائلی که نیازمند راه‌حل‌های جدید هستند و شرایطی که نیازمند رویکردهای نوآورانه هستند، برخورد نمایند [۱۲]. از جمله محرک‌های مدیریت دانش و نقش آنها در نوآوری می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

اولین و اصلی‌ترین کاربرد مدیریت دانش در نوآوری در دنیای کسب و کار کنونی، ایجاد، ساخت و حفظ مزیت رقابتی در خلال کاربرد دانش و اقدامات همکارانه می‌باشد. کاواس گیل و همکاران (۲۰۰۳) اظهار داشته‌اند که ساخت و حفظ یک برنامه نوآوری با توجه به نیازهای متغیر مشتریان و ارباب رجوعان، فشارهای رقابتی روزافزون و تغییرات فزاینده تکنولوژیکی، بسیار پیچیده می‌باشد. دومین کاربرد مدیریت دانش در نوآوری این است که دانش به عنوان منبعی در

کاهش پیچیدگی فرآیند نوآوری بکار گرفته می‌شود و مدیریت صحیح این دانش به عنوان یک منبع کلیدی از اهمیت زیادی برخوردار می‌باشد. نوآوری به شدت وابسته به دانش می‌باشد و بنابراین پیچیدگی ایجاد شده به واسطه حصول و غنی‌سازی دانش می‌بایست شناسایی و مدیریت گردد. مدیریت دانش مکانیزمی است که از طریق آن پیچیدگی نوآوری نمود می‌یابد و مدیریت نمودن دانش جدید ایجاد شده در فرآیند نوآوری تسهیل می‌شود و همچنین دانش موجود به مثابه منبع به کار گرفته شده به عنوان ورودی فرآیند نوآوری مدیریت می‌شود. سومین کاربرد مدیریت دانش در فرآیند نوآوری این است که دانش درونی و بیرونی سازمان را ترکیب و قابلیت دسترسی آن را بیشتر می‌نماید و دانش، تبادل، تسهیم، توسعه و پالایش و در مواقع نیاز، قابلیت دسترسی می‌یابد. ترکیب دانش از طریق ابزارها و فرآیندهای مدیریت دانش، تفکر را تسهیل نموده و یادگیری و نوآوری فردی و سازمانی را امکان‌پذیر می‌نماید. در نتیجه، سیستم‌های مدیریت دانش نقش ویژه‌ای در توسعه مزیت رقابتی قابل تحمل از طریق نوآوری را دارد [۲۵].

دانش و مدیریت دانش، کارکردهای بیشماری در حوزه نوآوری ایفا می‌کنند. از جمله نقش‌های اساسی که مدیریت دانش در نوآوری در مؤسسات کوچک و متوسط دانش بنیان ایفا می‌نماید به قرار زیر می‌باشند:

- ابزارها و فرآیندهایی را برای خلق، تسهیم، کدگذاری و کاربرد دانش ضمنی در این مؤسسات فراهم می‌آورد. تسهیم دانش ضمنی برای نوآوری در مؤسسات کوچک و متوسط امری حیاتی می‌باشد. مدیریت دانش در سازمان بر ارزش دانش ضمنی تمرکز می‌نماید و در ایجاد محیطی برای بروز این دانش تلاش می‌نماید. همکاری بین مؤسسات کوچک و متوسط نقش مهمی در تسهیم دانش ضمنی دارد که این امر بر افزایش قابلیت نوآوری می‌افزاید. تسهیم دانش ضمنی به عنوان منبعی برای نوآوری در حوزه‌های در حال توسعه، زمانی حائز اهمیت خواهد بود که در آن حوزه‌ها دانش صریح زیادی وجود نداشته باشد.

- دومین نقش اساسی که مدیریت دانش در فرآیند نوآوری ایفا می‌کند مربوط به تبدیل دانش ضمنی به دانش صریح می‌باشد. اگرچه دانش صریح در مقام مقایسه با دانش ضمنی در فرآیند نوآوری از اولویت پایین‌تری برخوردار می‌باشد و لیکن همچون دانش ضمنی یکی از مؤلفه‌های مهم نوآوری می‌باشد. نوآوری فرآیندی است که دانش موجود را به انحاء مختلف بازترکیب می‌نماید. مدیریت

که سطح مهارت‌ها و دانش خود را هم به طور رسمی و هم غیررسمی ارتقا بخشند. افزایش مهارت‌ها کیفیت نوآوری را ارتقا خواهد بخشید.

- مدیریت دانش در رشد مداوم اساس دانش از طریق گردآوری و تسخیر دانش ضمنی و صریح و همچنین در شناسایی شکاف‌های اساس دانش از طریق اکتساب دانش در زمینه‌هایی که شکاف وجود دارد یا از طریق خلق دانش و نوآوری سهم بسزایی دارد. این امر فرآیند نوآوری را از طریق خلق دانش وسیع تر که به عنوان منبع نوآوری در دسترس می‌باشد، غنی سازی می‌کند.
- مدیریت دانش به ایجاد فرهنگ مساعد برای خلق و تسهیم دانش و همچنین همکاری و تشریک مساعی همت می‌گمارد و فرهنگی را ایجاد کرده که در آن ارزش دانش و کاربرد آن به درستی شناخته می‌شود و اینچنین فرهنگی فرآیندها و برنامه‌های دانش محور همچون نوآوری و تفکر خلاق را در مؤسسات کوچک و متوسط دانش بنیان رشد و توسعه خواهد داد [۲۵].
- مدیریت دانش موانع ساختاری موجود بر سر راه نوآوری را از جمله مشکلات همکاری که ریشه در عادات گذشته گردآوری دانش دارد، از میان بر می‌دارد [۲۶].

نتیجه‌گیری

با توجه به این نکته که عصری که در آن به سر می‌بریم، عصر فراصنعتی و انفجار اطلاعات و دانش و عصر جهانی شدن می‌باشد، مؤسسات کوچک و متوسط دانش بنیان که اساس شکل‌گیری آنها مبتنی بر دانش است به منظور دوام آوردن در عرصه رقابت، ناگزیر از تجهیز خود به سلاح علم و دانش می‌باشند تا از آن طریق بتوانند به خلق ایده‌های جدید و نوآوری دست یازند و در نتیجه همگام با پیشرفت در سطوح مختلف ملی و بین‌المللی در راستای تحقق رسالت‌های خود گام بردارند. این مهم در صورتی تحقق خواهد یافت که دانش موجود در حافظه سازمانی به درستی شناسایی و مدیریت گردد تا از این طریق بتوان از تنوع موجود در دانش در راستای خلق ایده‌های خلاقانه گام برداشت. چنانچه با رویکردی سیستمی و کل نگر به مؤسسات کوچک و متوسط دانش بنیان نگریسته شود، این مسأله به وضوح قابل درک می‌باشد که این مؤسسات در صورتی قادرند گام‌های محکم تر و با اطمینان بیشتر به سمت موفقیت و پیروزی بردارند که کلیه امور را در ارتباط

دانش قادر است نقش اساسی در بازترکیب دانش صریح با ایده‌های جدید و نوآورانه ایفا نماید.

- سومین نقش مهم، امکان پذیر نمودن همکاری در فرآیند نوآوری می‌باشد. همکاری هم در درون و هم در بیرون مؤسسات کوچک و متوسط تأثیر بسزایی در انتقال دانش ضمنی و ایجاد مهارت جمعی دارد. امکان دستیابی به دانش را فراهم می‌نماید و همکاری دهندگان را در فرآیند تسهیم دانش و نوآوری مشخص می‌نماید. تجمیع دانش ضمنی از طریق همکاری به طور بالقوه ریسک و هزینه را در فرآیند نوآوری کاهش می‌دهد و چرخه‌های توسعه را کوتاهتر و نوآوری را اثربخش تر می‌کند.
- مدیریت دانش دستیابی به دانش ضمنی و صریح مورد نیاز برای نوآوری را با استفاده از سازماندهی دانش و ابزارها و مهارت‌های بازبایی از جمله طبقه بندی تضمین می‌کند. به مؤسسات کوچک و متوسط و دانش بازبایی شده اجازه می‌دهد که به شیوه‌ای ساختمان‌د بر اساس ساختارهای منحصر بفرد و زنجیره ارزش سازمان عمل کنند. همچنین امکانات و ابزارهای جستجو برای دانش مورد نیاز در فرآیند نوآوری را فراهم می‌آورد.
- مدیریت دانش از جریان دانش مورد نیاز جهت تسهیل همکاری‌های درون و برون سازمانی در فرآیند نوآوری اطمینان حاصل می‌نماید. ایجاد فرهنگ تسهیم دانش که بخش اصلی هر برنامه مدیریت دانش می‌باشد، همچنین جریان دانش را برمی‌انگیزد که برای نوآوری بسیار سودمند می‌باشد.
- مدیریت دانش در تشخیص شکاف‌های اساس دانش و همچنین فرآیندهایی جهت پر نمودن این شکاف‌ها به منظور تسهیل نوآوری متمر ثمر خواهد بود. مدیریت دانش از طریق شیوه ساختمان‌د دستیابی به دانش، خلاصه‌ای از آنچه که در مؤسسات کوچک و متوسط در دسترس می‌باشد را فراهم می‌آورد. این امر به این مؤسسات اجازه می‌دهد که حوزه‌های فقدان دانش را شناسایی و به گونه‌ای نظام مند اساس دانش را در این حوزه‌ها ایجاد نماید که این امر از طریق فرآیند نوآوری تحقق خواهد یافت.
- مدیریت دانش در ایجاد صلاحیت‌ها و شایستگی‌های مورد نیاز در فرآیند نوآوری نقشی مهم دارد. کارکنان از طریق دستیابی به دانش و جریان دانش، قادر خواهند بود

با یکدیگر در نظر گرفته و به گونه‌ای نظام مند امور مختلف را با یکدیگر هماهنگ کنند.

کشور، فصلنامه مدیریت، سال ششم، شماره ۱۶، صص ۱۰۴-۸۸، ۱۳۸۸.

12. Carneiro, Alberto, "How does knowledge management influence innovation and competitiveness?", *Journal of Knowledge Management*, Volume 4 . Number 2 . pp. 87 – 98, 2000.
13. Chang, S., and Lee, M., "The Effects of Organizational Culture and Knowledge Management Mechanisms on Organizational Innovation: An Imprical Study in Taiwan", *The Business Review, Cambridge*; Vol 7, No 1, pp. 295 – 391, 2007.
14. Clifford H.M., "Knowledge Management for Technological Innovation in Organizations: the Fusion Process for Creating Intellectual", Dissertation for the degree of Doctor of Management, Faculty of the Graduate School of Management and Technology of the University of Maryland University College, 2006.
15. Davenport, T, DeLong, D. W, & Beers, M. C, "Successful Knowledge Management Projects", *Sloan Management Review*, 39(2), 41- 56, 1998.
16. Gloet, M., & Terziowski, M., "Exploring the relationship between knowledge management practices and innovation performance", *Journal of Manufacturing Technology Management*, Vol 15, No 5, pp 402-409, 2004.
17. Godin, B, " The new economy: what the concept owes to do", OECD, Research policy 33, 2003.
18. Harley B. Ch., "Creating a Dynamic Knowledge Management Maturity Continuum for Increased Performance and Innovation", George Washington University, dissertation submitted for the degree of Doctor of Science, 2000.
19. Ju, T.L., and Li. Ch., & Lee. T., " A contingency model for knowledge management capability and innovation", *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 106, No. 6, pp 855 – 877, 2006.
20. Massa, S., & Testa, S., "A Knowledge management approach to organizational competitive advantage: Evidence from the food sector", *European management Journal*, v.27, Iss.2, pg.129, 2009.
21. McAdam, R., "Knowledge management as a catalyst for innovation within organizations: a qualitative Study", *Knowledge and Process Management*; Vol. 7, No. 4, pp. 233 – 241, 2000.
22. McDermott, R., "Knowing in Community: 10 Critical Success Factors in Building Communities of Practice" *California Management Review*, 2003.
23. Paul, S, "Innovation in European and U.S", *Research Policy*. Vol. 3: 107 – 130, 2001.
24. Pelz, Sharpe. A & Harris, J .C., "Knowledge management Past and future", www.KnowledgeManagementWorld.com, 2005.
25. Plessis, M., "The Role of Knowledge Management in Innovation", *Journal of Knowledge Management*, Vol. 11, No. 4, pp. 20-29, 2007.
26. Scarbrough, Harry, "Knowledge management, HRM and the innovation process", *International Journal of Manpower*, Vol. 24 No. 5, 2003.
27. Xu, J., Li, Y., "An empirical investigation of knowledge management and innovative performance: The case of alliances", *Research Policy*, 38, pp 358-368, 2009.

منابع

۱. آقای فیشانی، تیمور، خلاقیت و نوآوری در انسان‌ها و سازمان‌ها، تهران: انتشارات ترمه، ۱۳۷۷.
۲. امیرخانی، امیرحسین، پایگاه دانش: تلاش در ایجاد تعامل میان مدیریت دانش و نوآوری، فصلنامه کتاب، شماره ۵۹، ۱۳۸۳.
۳. خداداد حسینی، حمید، نوآوری در سازمان‌ها: مفهوم، انواع و فرآیندها، اقتصاد و مدیریت، شماره ۴۷، ۶۳-۴۷، ۱۳۷۸.
۴. زعفریان، رضا؛ اسماعیل زاده، مونا و شاهی، نساء، ارائه الگوی پیاده سازی مدیریت دانش در کسب و کارهای کوچک و متوسط، توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره دوم، صص ۱۰۲-۷۵، ۱۳۸۷.
۵. سلطانی، ایرج، راهکارهای تقویت خلاقیت در سازمان، تدبیر، سال چهاردهم، شماره ۱۴۱، ۱۳۸۶.
۶. سلطانی تیرانی، فلورا، نهادی کردن نوآوری در سازمان، تهران: مؤسسه خدمات فرهنگی رسا، ۱۳۷۸.
۷. صفرزاده، حسین؛ تدین، اعظم و حر محمدی، مریم، بررسی تأثیر استراتژی‌های مدیریت دانش بر نوآوری و عملکرد سازمانی (مطالعه مورد مراکز بهداشتی و درمانی شمال فارس)، فصلنامه طلوع بهداشت، سال یازدهم، شماره اول، شما مسلسل ۳۴، صص ۸۶-۷۶، ۱۳۹۱.
۸. صلواتی سرچشمه، بهرام و مداح، معصومه، کاربرد مدل ARC در گزارش دهی سرمایه‌های دانشی مؤسسات دانش بنیان، رشد فناوری، شماره ۱۵، صص ۴۷-۴۱، ۱۳۸۷.
۹. میرفخرالدینی، سید حیدر و همکاران، مدیریت دانش، نوآوری دانش و عملکرد نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط، چشم انداز مدیریت بازرگانی، شماره ۲، پیاپی ۳۵، صص ۱۱۸-۱۰۳، ۱۳۸۹.
۱۰. میرکمالی، سید محمد؛ ایزدیان، زینب و مصدق‌هادی، بررسی وضعیت مدیریت دانش در شرکت‌های دانش بنیان مستقر در شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان، رشد فناوری، سال هفتم، شماره ۲۸، صص ۹-۱، ۱۳۹۰.
۱۱. والمحمدی، چنگیز، تعیین و اولویت بندی عوامل اصلی اجرای موفقیت آمیز مدیریت دانش در سازمان‌های کوچک و متوسط