



## بررسی سرمایه فکری و مدیریت دانش در ارائه نوآوری و خلاقیت سازمانی

فاطمه درستی<sup>1\*</sup>، غلامحسین رمضان زاده<sup>2</sup>

\*1- کارشناسی مدیریت دولتی، کارشناس سازمان مدیریت و نظارت بر تاکسیرانی شهرداری خوی، ایران.

Email: dorosti6792@gmail.com

2- کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی و مالی، مسئول بازرسی سازمان تاکسیرانی شهرداری خوی، ایران.

Email: gh.ramazanzadeh@gmail.com

### چکیده

مدیریت دانش، یکی از موضوعات مهم در مدیریت نوین امروزه محسوب می شود. پژوهشگران بسیاری اهمیت دانش را در نائل شدن به مزیت رقابتی و حفظ آن درک کرده اند. دانش تنها دارائی شناخته شده ای است که وقتی دیگران در آن سهیم می شوند، افزایش می یابد. سرمایه فکری به مجموع دانش ها و توانایی های همه کارکنان اطلاق می شود که منجر به ایجاد ثروت برای سازمانی می شود. به عبارت دیگر سرمایه های فکری به صورت گروهی از دارایی های دانش محور تعریف می شوند که به یک سازمان اختصاص دارند و جزء ویژگی های آن سازمان محسوب می شوند و به طور قابل ملاحظه ای از طریق افزایش سطح ارزش افزوده برای ذینفعان کلیدی، به بهبود وضعیت رقابتی سازمان منجر می شوند. هدف اصل پژوهش، بررسی و شناخت سرمایه فکری و مدیریت دانش در ارائه نوآوری و خلاقیت می باشد و روش تحقیق به صورت تحلیلی و توصیفی است. تصمیم گیری در فرآیند خلاقیت بسیار به فن سرمایه فکری و دانش بستگی دارد. در نتیجه، دانش نقش مهمی را در همه مراحل فرایند نوآوری ایفا می کند. بنابراین سرمایه فکری و مدیریت دانش باید به منظور توانایی در بیشینه سازی موفقیت خلاقیت و نوآوری، همراستا با مدیریت نوآوری سازمان پذیرفته شود.

**واژگان کلیدی:** سرمایه فکری، مدیریت دانش، نوآوری و خلاقیت.



## 1- مقدمه

عصر حاضر، عصر تحولات و تغییرات شگرف در فناوری هاست. عصری که ساختار فکری آن آکنده از عمق بخشیدن به اطلاعات و توجه به مشارکت نیروی انسانی خلاق و دانش گرا به جای نیروی انسانی عملکردی است. از این رو، مدیریت هوشیار بر آن است تا هر چه بیشتر و بهتر در جهت به کارگیری ابزاری به نام دانش برای روبرویی و مقابله با عوامل عدم اطمینان، حفظ موقعیت و ایجاد خلاقیت و نوآوری جهت گسترش عرصه رقابتی خود برآید، این امر مستلزم این است که سازمان با ارج نهادن به مدیریت دانش و سرمایه فکری و به طور متقابل، مدیریت خلاقیت و نوآوری، آن را به عنوان نیازی راهبردی و ضروری جهت پیشگامی در عرصه رقابت پذیری، در زمره برنامه های اولویت دار خود قرار دهد.

برخی از پژوهشگران عقیده دارند که دانش با ارزش ترین و پراهمیت ترین منبع تسخیر شده توسط سازمان و برای ادامه حیات سازمان ضروری است (هوآنگ و هشو، 2007، ص 8). مدیریت دانش با ایجاد و توسعه دارایی های دانشی یک سازمان با نگرش فرا رفتن از اهداف سازمان مرتبط است و مستلزم تمام فعالیت هایی است که با شناسایی، تشریح و ایجاد دانش مرتبط هستند. این کار نیازمند سیستم هایی جهت ایجاد و نگهداری منابع دانش، پرورش و تسهیل دانش و یادگیری سازمانی است. در این خصوص سازمان هایی موفق هستند که دانش را به عنوان یک دارایی می نگرند و ارزش ها و هنجارهای سازمانی که موجب حمایت از ایجاد و تشریح دانش می شود را توسعه می دهند.

مدیریت دانش به خلق، اشتراک گذاری و نفوذ دانش در فکر، ذهن و تخیل افراد می پردازد و تلاش می کند تا دانش های پراکنده شده در افراد سازمان را به گونه ای جمع آوری و مدیریت کند تا به خلق دانشی جدید منجر شود (یوگش، 2000، ص 12) در واقع مدیریت دانش تلاش های استراتژیک ارزش افزا برای بهبود اثربخشی سازمان در تغییرات محیط کسب و کار و محیط اجتماعی است (جو و لی، 2009، ص 41).

دانش و سرمایه فکری به عنوان استراتژی های پایدار برای حصول و نگهداری مزیت رقابتی سازمان ها تشخیص داده شده است سرمایه فکری، موجودی یک سازمان است که در یک مقطع زمانی خاص در آن وجود دارد. سرمایه فکری را مجموعه ای از دارایی های دانش محور معرفی میکنند که به یک سازمان اختصاص دارند و در زمره ویژگی های آن محسوب می شوند و از طریق افزودن ارزش به ذی نفعان کلیدی سازمان، به طور قابل ملاحظه ای به بهبود وضعیت رقابتی سازمان منجر می شود (مار، 2004، ص 31). سرمایه فکری برای شرکت ها تنوع ارزش سازمانی زیادی مانند ایجاد سود، تعیین استراتژی (سهم بازار، رهبری، شهرت)، نوآوری، وفاداری مشتری، کاهش هزینه، بهبود بهره وری و موارد دیگر را فراهم می کنند (سولیان، 2000، ص 21). مدیریت سرمایه فکری برای موفقیت بلندمدت یک شرکت بسیار مهم تشخیص داده شده است. شرکت هایی که از مدیریت سرمایه فکری، به خوبی استفاده می کنند، نسبت به رقبایشان عملکرد بهتری دارند. بسیاری از نویسندگان، سرمایه فکری را سازه ای در سطح فردی قلمداد می کنند که دانش و مهارت های در اختیار افراد را مورد بررسی قرار می دهد. باید گفت که موضوع علم سرمایه فکری، یک موضوع بین رشته ای است و دربرگیرنده ی علوم مختلفی مانند حسابداری، مدیریت دانش، خط مشی گذاری و اقتصاد و مدیریت منابع انسانی و ... است (لیم و دالیمور، 2004، ص 9).

بنتیس<sup>۷</sup> (1998)، ابعاد سرمایه فکری را شامل ابعادی همچون سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه مشتری بیان می کند منظور از سرمایه انسانی، سطح دانش فردی است که کارکنان یک سازمان دارای آن می باشند که این دانش معمولاً

<sup>1</sup>Huang & Hsueh

<sup>2</sup>Yogesh

<sup>3</sup>Joo & Lee

<sup>4</sup>Marr

<sup>5</sup>Sullivan

<sup>6</sup>. Lim & Dallimore

<sup>7</sup>Benitez



بصورت ضمنی می باشد. منظور از سرمایه ساختاری کلیه دارایی های غیرانسانی قابلیت های سازمانی است که برای برآورده شدن نیازهای بازار مورد استفاده قرار می گیرد. منظور از سرمایه ارتباطی، کلیه دانش گرفته شده در روابط یک سازمان با محیط خود شامل مشتریان، عرضه کنندگان، مجامع علمی و غیره است.

## 2- روش تحقیق

این مطالب همواره توسط سبکها، کتابهای طراحی، کتابخانه ها، دفترچه های طراحی شخصی و دیگر آثار ثبت شده مورد حمایت واقع شده اند. با وجود این، امروزه این منابع به طور روز افزونی توسط تحقیقات کامپیوتر محور، اینترنت با امکانات وسیعی در حوزه اطلاعات در دسترس می باشد.

## 3- پیشینه تحقیق

محسن دستگیرو کامران محمدی (1388)، در مقاله تحت عنوان سرمایه فکری؛ گنج تمام نشدنی سازمان، به مفهوم و تعاریف سرمایه فکری، عناصر تشکیل دهنده و روش های مختلف اندازه گیری آن مورد بررسی قرار دادند. می توان نتیجه گرفت که امروزه تعداد زیادی از شرکت ها در سرتاسر جهان در یافته اند که اندازه گیری و مدیریت سرمایه فکری می تواند برای آنها مزیت های رقابتی فراهم آورد. داشتن کنترل بر این داراییها، سازمان را قادر می سازد از یک طرف حاکمیت داخلی موثری داشته و از طرف دیگر، دارای روابط خارجی موفق با مشتریان و تامین کنندگان و سایرین باشد. سرمایه های فکری و مدیریت دانش: پژوهشی در سازمان های دانش بنیان، مقاله میر علی سید نقوی و همکاران (1391)، چالش های محیطی سازمانها را مجبور به استفاده از مدیریت دانش و سرمایه فکری کرده است. عمده ترین نتیجه تحقیق حاضر بدین صورت بوده که فرآیندهای مدیریت دانش تأثیر معناداری بر سرمایه فکری که شاخصی برای عملکرد و مزیت رقابتی محسوب می شود داشته اند، لذا جهت بهبود و تقویت عملکرد و مزیت رقابتی می توان دانش را به درستی در مسیر فرآیندهای آن در سازمان هدایت نمود. سهیلا بورقانی فراهانی و همکاران (1395)، در مقاله ای با عنوان اثر سرمایه های فکر بر نوآوری سازمانی با میانجی گری مدیریت دانش و یادگیری سازمانی در رسانه های نوشتاری، هدف این پژوهش ارائه راهکارهای کاربردی به منظور ارتقای سطح نوآوری سازمانی رسانه های نوشتاری و به طور اخص روزنامه های پرشمارگان بر اساس سرمایه های فکری و با میانجی گری مدیریت دانش و یادگیری سازمانی با بهره گیری از روش آماری مدل معادلات ساختاری است. نتایج پژوهش نشان داد سرمایه های فکری به طور مستقیم بر مدیریت دانش، یادگیری سازمانی و نوآوری سازمانی اثر مثبت و معناداری دارد. و همچنین مدیریت دانش و یادگیری سازمانی در تأثیر سرمایه های فکری در نوآوری سازمانی نقش میانجی دارند. تحفه قبادی لموکی (1390)، در مقاله سرمایه فکری و اثر بخشی مدیریت دانش به راهکارهای زیر اشاره می کند: در عصر دانش با گسترش تعداد رقبا فراهم کردن راهکارهای جهت کسب مزیت رقابتی و ماندن در عرصه رقابت سازمان ها را به سمت پدیده سازمان یادگیرنده جهت کسب دانش سوق می دهد این مقاله به بررسی پیچیدگی های ساختار خلق دانش سازمان همچنین همسوسازی عملکردهای مدیریتی دانش را با عقاید معرفت شناختی افراد یا گروههایی در سازمان ها تشریح می کند در این تحقیق دیدگاه های افراد در رابطه با واقعیت دانش و رویکرد مطلوب خلق دانش بررسی شده است نگاه این دیدگاههای با عملکرد مدیریت دانش اجرا شده در سازمان مقایسه سنجیده می شود نتایج براین موضوع تاکید دارد همسویی معنی داری میان مقتضیات مدیریت دانش و ادراک اشخاص از فعالیت ی مدیریت دانش سازمانی وجود دارد. این مقاله راههایی را برای شناسایی و ارزش نقل و انتقالات منابع در سازمان ها به منظور بهبود درک و اداره خلق دانش جهت رشد سرمایه فکری ارائه میدهد .



## 4- مفاهیم و مبانی نظری تحقیق

### 4-1- سرمایه فکری

از نظر محققان و صاحب نظران متعدد سرمایه فکری شامل سه بعد سرمایه انسانی<sup>8</sup>، سرمایه ساختاری<sup>9</sup> و سرمایه مشتری<sup>10</sup> (رابطه‌ای) می‌باشد (رامیرز و همکاران<sup>11</sup>، 2007) که در ادامه به توضیح هر یک از آن‌ها می‌پردازیم:

**سرمایه انسانی:** سرمایه انسانی به قابلیت‌ها، مهارت‌ها و تخصص اعضای سازمانی اطلاق می‌شود. اهم شاخص‌های سرمایه انسانی عبارتند از: شایستگی حرفه‌ای و تخصصی کارکنان کلیدی، تحصیلات، تجربه، تعداد افراد شرکت با زمینه قبلی مرتبط و همچنین توزیع دقیق مسئولیت‌ها در ارتباط با مشتریان می‌باشد.

**سرمایه مشتری:** سرمایه مشتری یا ارتباطی شامل وابستگی‌های برون سازمانی مانند وفاداری مشتریان، حسن شهرت و روابط شرکت با تأمین کنندگان منابع آن می‌باشد. این موضوع از طریق ارزش دریافتی یک مشتری از انجام داد و ستد با سازمان تعریف می‌شود (مالکوم، 2002). سرمایه مشتری شامل مواردی نظیر ارزش امتیازات تحت تملک شرکت، روابط آن با مردم و سازمان‌های مرتبط با مشتریان، سهم بازار، نرخ حفظ یا از دست دادن مشتریان و همچنین سودآوری خالص به ازای هر مشتری می‌گردد (موریتسن و همکاران<sup>12</sup>، 2001).

**سرمایه ساختاری:** سرمایه ساختاری به ساز و کار و ساختار یک واحد تجاری مرتبط است و می‌تواند کارکنان را در عملکرد بهینه فکری یاری کند و بدین ترتیب سازمان قادر خواهد بود، عملکردش را بهتر کند (چن و همکاران، 2004). به عبارت دیگر سرمایه ساختاری دانشی است که در پایان هر روز کاری در سازمان باقی می‌ماند، به کل سازمان تعلق دارد، قابل تولید شدن مجدد و به اشتراک گذاشتن با دیگران می‌باشد (موریتسن و همکاران، 2001).

### 4-1-1 انواع سرمایه

**الف- سرمایه فرهنگی:** ویژگی‌های فرهنگی اعم از ارزش‌ها، مفروضات و ... که مشوق کارآفرینی باشند و به عنوان سرمایه در نظر گرفته می‌شود که ارتباط بسیار نزدیک معنایی با سرمایه انسانی دارد (تورسی، 1999 به نقل از ترامونتی و ویلمز<sup>13</sup>، 2010).

**ب- سرمایه فکری:** مجموعه‌ای از دارایی‌های فکری ناملموس اعم از اطلاعات و دانش که منجر به خلق ارزش شوند (ادوینسون و مالونه، 1997 به نقل از زغال و مالول، 2010). سرمایه فکری تفاوت بین ارزش بازاری یک شرکت و هزینه جایگزینی دارایی‌های آن است (Seetharaman et al., 2004).

**ج- سرمایه انسانی:** نشان‌دهنده موجودی دانش فراگرفته شده افراد یک سازمان است. این سرمایه از طریق شایستگی، نگرش، چالاکی فکری افراد، مهارت‌ها و توانایی حل مسئله، ایجاد می‌شود و همچنین منبعی مهم برای نوآوری و بازآفرینی در یک شرکت محسوب می‌شود (Unger et al., 2011).

**د- سرمایه اجتماعی:** مجموعه منابع بالقوه و بالفعلی که از طریق عضویت افراد در شبکه‌های اجتماعی در اختیارشان قرار می‌گیرد و به آن‌ها کمک می‌کند تا زندگی بهتری داشته باشند (Chou, 2006).

8. human capital

9. structural capital

10. customer capital

11. Ramirez and et al.

12. Mouritsen, et al.

13. Tramonte & Willms



ه- سرمایه کارآفرینانه: مجموعه ای از مهارت ها و انگیزه های کارآفرینان (Erikson, 2002).

و- سرمایه فیزیکی: اعم از منابع، پول و مواد اولیه لازم و ...

در تعیین اهمیت انواع سرمایه های فوق الذکر به صورت اقتضایی ممکن است در هر موقعیتی و با در نظر داشتن نیاز آن لحظه سازمان یا شرکت یکی از انواع سرمایه اهمیت بیشتری پیدا نماید (Uliana et al., 2005).

## 2-1-4- تعاریف و دیدگاه صاحب نظران درباره سرمایه فکری

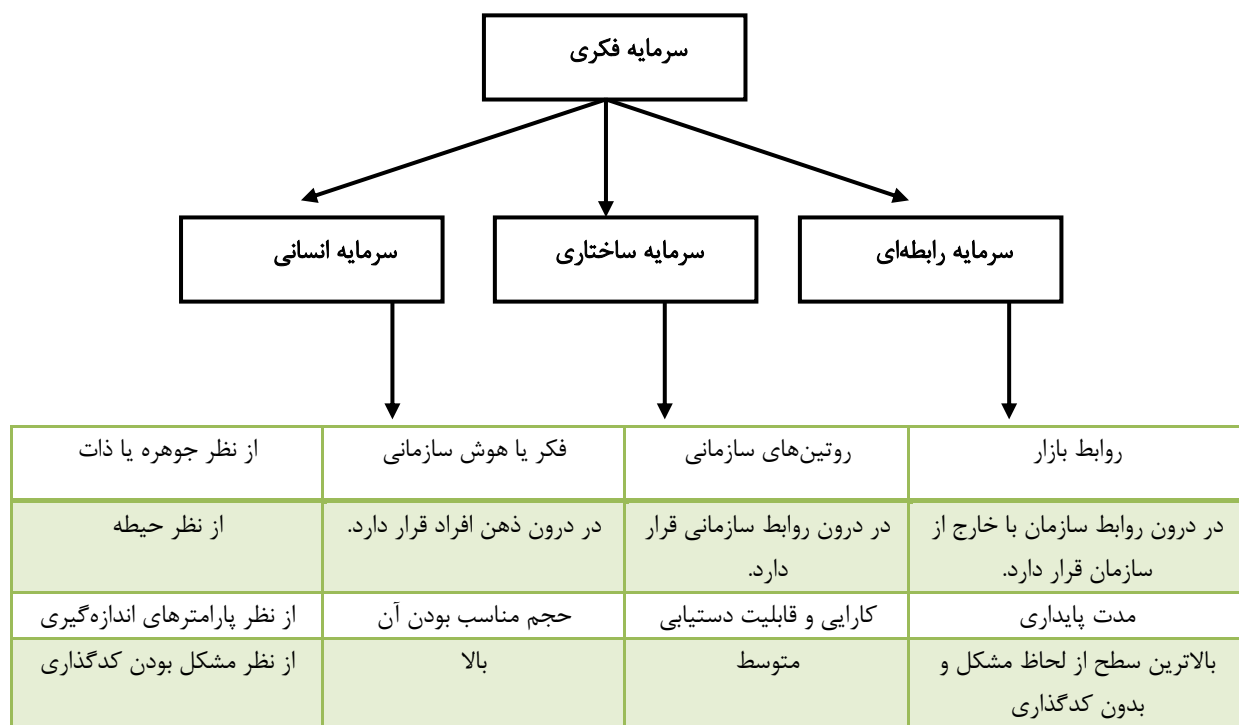
جدول شماره 1: تعاریف مختلف از سرمایه فکری، مأخذ: (Maar & Moustaghfir, 2005)

دارایی های نامشهود مانند دارایی های مبتنی بر اطلاعات که شامل فناوری، اعتماد مشتری، تصویر سازمانی حاصل از علاقم تجاری، فرهنگ سازمانی و مهارت های مدیریتی می باشند.	ایتامی (1987)
دارایی های فکری شامل حقوق مالکیت معنوی مانند حق امتیاز، علائم تجاری، حق مالکیت معنوی، شهرت، شبکه های فردی و سازمانی، دانش، تخصص و مهارت های کارکنان است.	هال (1989)
سرمایه فکری شامل دارایی هایی مانند حقوق مالکیت معنوی و شهرت و مهارت ها یا مزیت هایی مانند دانش چگونگی و فرهنگ سازمانی است.	هال (1992-1993)
هر عنصر فکری که بتوان آن را فرموله و گردآوری کرد و بتوان از آن برای ایجاد دارایی باارزش بیشتر استفاده کرد.	کلین و پروساک (1994)
دانشی که بتوان آن را به یک ارزش تبدیل کرد.	ادوینسون و سالیوان (1996)
ترکیبی از چهار جزء اصلی، دارایی های بازار، دارایی های انسانی، دارایی های مالکیت معنوی و دارایی های زیرساختی	بروکینگ (1996)
سرمایه فکری مربوط به سه دسته از دارایی های نامشهود است. ساختار داخلی، ساختار خارجی و شایستگی های انسانی.	اسویبای (1997)
سرمایه فکری ترکیبی از یک بخش فکری مانند سرمایه انسانی و یک بخش غیرفکری مانند سرمایه ساختاری است.	روس و همکاران (1997)
هر عنصر فکری - دانش، اطلاعات، مالکیت معنوی و تجربه - که بتوان از آن برای ایجاد ثروت استفاده کرد.	استوارت (1997)
حالت ها و تمایلاتی که در افراد و گروه ها وجود دارد که در صورت برانگیخته شدن قابلیت ایجاد ارزش افزوده را دارند.	بویسوت (1998)
منابع خاص سازمانی که کپی برداری از روی آن ها اگر غیرممکن نباشد، بسیار مشکل است.	تیس (1998)
مفهومی است جهت طبقه بندی تمامی منابع نامحسوس سازمان و شناخت ارتباط میان آن ها.	بنتیس (1999)
ارزش اقتصادی است که توسط دو دسته از دارایی های نامحسوس شرکت ایجاد می شود؛ سرمایه سازمانی و سرمایه انسانی.	سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (2000)
منابع خاص شرکت که وجود آن ها برای ایجاد ارزش ضروری است.	نوناکا و همکاران (2000)
دارایی های ناملموس منابع غیرفیزیکی ارزش می باشند که توسط نوآوری، طرح های منحصر به فرد سازمان و یا توسط منابع انسانی ایجاد می شوند.	لیف (2001)



مجموعه‌ای از دارایی‌های دانشی که با ایجاد ارزش افزوده برای ذینفعان کلیدی این امکان را برای سازمان بوجود می‌آورد تا جایگاه رقابتی خود را ارتقا دهد. این دارایی‌ها شامل دارایی انسانی، دارایی رابطه‌ای، دارایی فرهنگی و فعالیت‌ها و امور روزمره، دارایی‌های فکری و دارایی‌های فیزیکی می‌باشند.	ماروشیوما (2001)
دارایی‌های نامحسوس شامل سرمایه انسانی مانند مهارت‌ها، استعداد و دانش، سرمایه اطلاعاتی مانند پایگاه‌های داده، سیستم‌های اطلاعاتی و زیرساخت‌های فناوری، سرمایه سازمانی مانند فرهنگ، سبک رهبری و توانایی تسهیم دانش است.	کاپلان و نورتون (2004)
دارایی‌های نامحسوس، دارایی‌های ثابت غیر مالی هستند که از جنس ماده نیستند اما ماهیت آن‌ها توسط حقوق قانونی و حفاظتی شناسایی و کنترل می‌شود.	آی.ای.اس.بی (2004)

به عقیده بنتیس، در بین این ابعاد، سرمایه انسانی مهم است زیرا منبع نوآوری و بازسازی استراتژیک است که از یک جلسه طوفان فکری یا یک رویکردی در اداره و یا کنار گذاشتن فایل‌های قدیمی توسط کارکنان و یا از طریق بهبود مهارت‌های شخصی و غیره حاصل می‌شود. همچنین بنتیس به وجود یکسری روابط متقابل میان اجزای سرمایه فکری معتقد است که به این صورت که حتی اگر یک سازمان دارای سرمایه انسانی مناسبی باشد ولی دارای یک سرمایه ساختاری مناسبی نباشد، نمیتواند از دانش قرار گرفته شده در افراد خود استفاده کند و به تبع هم نمی‌تواند به سرمایه مشتری خود، پاسخ مناسبی دهد (بنتیس و همکاران، 2000).



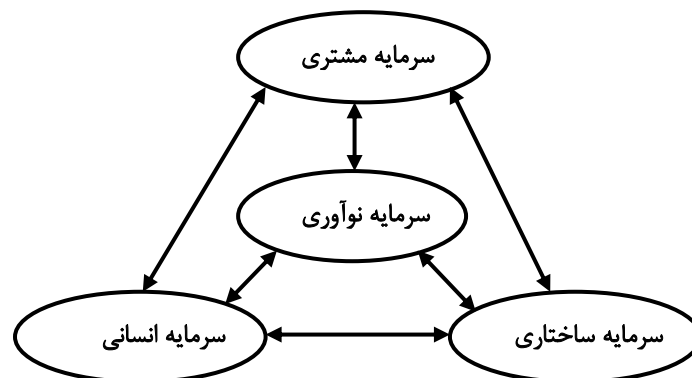
نمودار شماره 1: مفهوم سازی سرمایه فکری از دیدگاه بنتیس (1998)

چن و همکارانش معتقد هستند که سرمایه فکری از چهار طبقه و عنصر زیر تشکیل شده است:

1. سرمایه انسانی
2. سرمایه مشتری
3. سرمایه نوآوری
4. سرمایه ساختاری



آن‌ها معتقد هستند که این ساختار و اجزاء سرمایه فکری بسیار ضعیف و شکننده هستند مگر اینکه با یکسری روابط مستمر و بهم پیوسته حمایت شوند و در واقع آن‌ها بر روابط بین اجزاء سرمایه فکری تاکید بیشتری دارند تا بر اجزاء آن. در این مدل، منظور از سرمایه انسانی که در واقع مبنا و اساس سرمایه فکری است؛ دانش، مهارت‌ها، توانایی‌ها و طرز فکرهای کارکنان درباره کسب و کار است. از نظر آن‌ها در واقع این سرمایه انسانی است که می‌تواند دانش را بوسیله تبدیل به شکل سه جزء دیگر سرمایه یعنی سرمایه ساختاری، مشتری و نوآوری، به ارزش بازاری تبدیل کند و از طرف دیگر این سرمایه انسانی است که اشکال عملیاتی سه سرمایه دیگر را تعیین می‌کند.



نمودار شماره 2: مدل سرمایه فکری چن و همکاران (2004)

## 4-2- مدیریت دانش

### 4-2-1- مفاهیم و تاریخچه مدیریت دانش

ریشه مدیریت دانش را می‌توان در حوزه‌های پیشرفته‌ای از قبیل مدیریت کیفیت فراگیر (TQM)، بازمهندسی فرآیند تجاری (BPR)، نظام‌های اطلاعاتی (IS) و مدیریت منابع انسانی (HRM) مشاهده کرد. مدیریت دانش در اوایل دهه 1990 به طور جدی وارد مباحث سازمانی گردید، گرچه بحث و مذاکره در رابطه با دانش خیلی پیش تر آغاز شده بود. مارشال<sup>14</sup> (1965)، ادعا می‌کند که بخش اعظم سرمایه، شامل دانش است. وی همچنین معتقد است که دانش قدرتمندترین موتور تولید است، بدین ترتیب سازمان‌ها باید به طور فزاینده‌ای بر مدیریت آن تأکید کنند. کوهن<sup>15</sup> (1970)، تاکید می‌کند که دانش فی نفسه سرمایه مشترک یک گروه است. هابرمس<sup>16</sup> (1972)، به این نکته اشاره می‌کند که دانش به عنوان یک موجودیت انتزاعی نباید تلقی شود، بلکه محصولی مبتنی بر اراده است و بعضی اوقات مبتنی بر فعالیت‌های ناآگاهانه بشر است (شوقی و خوش‌قیام، 1391). از نظر تاریخی، سه نسل از مدیریت دانش را می‌توان از یکدیگر متمایز کرد. دوره 1995-1990 به عنوان اولین نسل مدیریت دانش شناخته شده است. در طی این نسل، بسیاری از اقدامات بر تعریف مدیریت دانش، بررسی فواید بالقوه مدیریت دانش برای تجارت و طراحی پروژه‌های تخصصی مدیریت دانش مبتنی بود (Nonaka, 1994). نسل دوم مدیریت دانش در اوایل 1996 پدیدار شد. به این شکل که بسیاری از سازمان‌ها، پست‌های جدید سازمانی برای مدیریت دانش در نظر گرفتند از جمله مدیر ارشد دانش. منابع متفاوت مدیریت دانش با یکدیگر ترکیب شده و به سرعت در مباحث روزانه سازمانی به کار گرفته شدند. در طی این نسل، در تحقیقات مدیریت دانش تعاریف متفاوت از دانش همچون فلسفه‌های تجاری، نظام‌ها، الگوها، شیوه‌ها و فعالیت‌ها و فناوری‌های پیشرفته وجود داشتند. نسل دوم مدیریت دانش بر این

<sup>14</sup>. Marshall

<sup>15</sup>. Kuhn

<sup>16</sup>. Habermas



نکته تاکیدی می‌کند که مدیریت دانش درباره تغییر نظام‌مند سازمانی است، جایگاه شیوه‌های مدیریتی، نظام‌های سنجش، ابزارها و مدیریت محتوا نیاز به گسترش مشترک دارد. در نتیجه دیدگاه‌ها و شیوه‌های نوین، اکنون نسل سوم مدیریت دانش در حال پدیدار شدن با روش‌های جدید و نتایج جدید است (شوقی و خوش قیام، 1392). بنا بر عقیده ویگ<sup>17</sup> (2002)، یک تفاوت با دیگر نسل‌های مدیریت دانش این است که نسل سوم مدیریت دانش با فلسفه سازمان، استراتژی، اهداف، شیوه‌ها، نظام‌ها و رویه‌های سازمانی یکپارچه شده و تبدیل به کار روزانه کارکنان و محرک برای آنها شده است (Dalkir, 2005). پیتر دراگر (1993) معتقد است که تنها (یا حداقل) مهم‌ترین منبع ثروت در جامعه فرا سرمایه‌داری<sup>18</sup>، دانش و اطلاعات است. او سه تغییر اساسی دانش (انقلاب) را در خلال قرن بیستم، ملاحظه نموده است: (جدول شماره 2).

جدول شماره 2: سه انقلاب و تغییر اساسی دانش (منبع: Drucker, 1993، به نقل از شوقی و خوش قیام، 1391)

انقلاب سوم	انقلاب دوم	انقلاب اول	انقلاب
مدیریت	بهره‌وری	صنعتی	انقلاب
دانش	نیروی کار	ابزارها، فرایندها و محصولات	کاربری دانش

مدیریت دانش، مجموعه فرایندهایی برای فهم و به کارگیری منبع راهبردی دانش در سازمان است. مدیریت دانش، رویکردی ساخت یافته است که رویه‌هایی را برای شناسایی، ارزیابی و سازماندهی، ذخیره و به کارگیری دانش به منظور تأمین نیازها و اهداف سازمان برقرار می‌کند (davenport, 1998, pp.41-56). مدیریت دانش، علاوه بر مدیریت اطلاعات، تسهیل در ایجاد دانش جدید و مدیریت روش‌های تسهیم و کاربری دانش را نیز بر عهده دارد (davenport, 1998, pp.2-3). بسته به اینکه دانش از لحاظ فیزیکی در کجا قرار گیرد، می‌توان آن را به دو نوع دانش تصریحی و ضمنی تقسیم بندی کرد، "نوناکا" و نویسندگان دیگر از جمله "هال" و "آندربانی" دانش تصریحی را دانشی می‌دانند که قابل رمز گذاری و کد گذاری باشد. در نتیجه، می‌توان آن را به سادگی مخابره، پردازش و منتقل کرد و در پایگاه داده‌ها ذخیره کرد (حسنی مقدم، 1387، ص 4-6).

دانش ضمنی و تصریحی مکمل یکدیگرند و این بدین معناست که برای ایجاد دانش هر دوی آن‌ها ضروری اند، از این رو، آنچه ما دانش می‌خوانیم از طریق تعامل بین دانش ضمنی و تصریحی و نه هر یک به تنهایی ایجاد می‌شود (رضا زاده، 1386، ص 3-4). چالش اصلی مدیریت دانش نیز تبدیل بیشتر و بهتر دانش ضمنی به دانش تصریحی است. دانش ضمنی امکان ایجاد نظرای بسیاری را فراهم می‌کند، بنابراین، خلاقیت را بر می‌انگیزاند و اثر مثبتی بر فعالیت‌های کسب و کار دارد. شناسایی دانش ضمنی اغلب با موانع بسیاری روبه‌روست، در این راه، ایجاد فضای ارتباطاتی مناسب بین کارکنان و فراهم کردن شرایطی که آن‌ها قادر باشند نظرهای خود را به راحتی بیان کنند، و ارزیابی و انتقاد کنند، بسیار موثر و کارا است. بهات نیز چرخه مدیریت دانش را شامل فعالیت‌های کسب، ثبت، انتقال، خلق و کاربرد دانش در سازمان می‌داند. کسب دانش، شامل مجموعه فعالیت‌هایی است که به منظور کسب دانش جدید از خارج سازمان انجام می‌گیرد. فعالیت‌هایی مانند مشارکت اعضا در انجمن‌های علمی و دوره‌های آموزشی، همکاری سازمان با دانشگاه‌ها و مراکز علمی دیگر، خریداری دانش جدید برای سازمان نشان‌دهنده میزان تلاش برای کسب دانش جدید و ورود آن به سازمان است. انتقال دانش، شامل مجموعه فعالیت‌هایی است که به منظور انتقال دانش سازمان میان اعضا انجام می‌گیرد. فعالیت‌هایی مانند جلسه‌های بحث و تبادل

17. Wiig

18. Post - capitalist



نظر برای انتقال تجربه ها و شیوه های کاری، تمایل اعضا به همکاری و کمک به همکاران، مشارکت اعضا در سازمان برای بهبود روش های کاری، به کارگیری پایگاه های داده و در اختیار گذاشتن دانش سازمانی برای همه اعضا نشان دهنده میزان تلاش سازمان برای انتقال دانش سازمانی است.

## 2-2-4- الگوی عمومی دانش

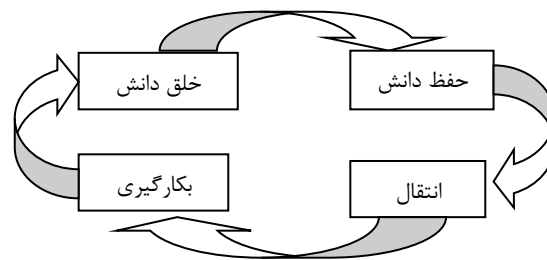
نیومن و کنراد<sup>19</sup> (2000)، و همچنین ماسا و تستا<sup>20</sup> (2009)، الگوی عمومی دانش (شکل شماره 1) ارائه داده اند. در این الگو دانش در چهار زمینه سازماندهیمی شود؛ این زمینه ها عبارتند از:

**خلق دانش:** رفتارهای مربوط به ورود دانش جدید به سیستم انسانی یا اجتماعی است که دامنه وسیعی را در بر دارد، نظیر: کشف، کسب، فراخوانی، توسعه، که پیوندی نزدیک با رفتاری که نوآوری خوانده می شود، دارد.

**حفظ دانش:** تمامی فعالیت هایی است که منجر به بقا و نگهداری دانش بعد از ورود آن به سیستم می شود. فعالیت حفظ، شامل رفتارهای متنوعی است، مانند: فعالیت های مربوط به اعتبار دانش، به روز کردن آن و ...؛

**انتقال دانش:** شامل رفتارهای بسیار متنوعی است مانند: ارتباط، ترجمه، تفسیر، پالایش و ارائه دانش؛

**کاربرد دانش:** استفاده از دانش موجود برای تصمیم گیری ها، عملکردها و رسیدن به هدفهاست (Newman & Conrad, 2000; Massa & Testa, 2009).



شکل شماره 1: مدل عمومی مدیریت دانش، منبع: (Newman & Conrad, 2000; Massa & Testa, 2009)

## 3-4- نوآوری و خلاقیت

خلاقیت یعنی ارائه فکر و طرح نوین برای بهبود و افزایش کمیت یا کیفیت فعالیت های سازمان؛ برای مثال افزایش بهره وری، افزایش تولیدات یا خدمات، کاهش هزینه ها ارائه تولیدات یا خدمات از روش بهتر، رسیدن به تولیدات یا خدمات جدید و ...

روبرت جی اسنبرگ و لیندای اوهارا در بررسی های خود، شش عامل را در خلاقیت افراد موثر دانستند؛

**الف) دانش:** داشتن دانش پایه ای در زمینه ای محدود و کسب تجربه و تخصص در سالیان بسیار

**ب) توانایی عقلانی:** توانایی ارائه ایده خلاق از راه تعریف مجدد و برقراری ارتباطات جدید در مسائل؛

**ج) سبک فکری:** افراد خلاق معمولاً در برابر روش ارائه شده از سوی سازمان و مدیریت ارشد، سبک فکری ابداعی را برمی گزینند.

<sup>19</sup>. Newman & Conrad

<sup>20</sup>. Massa & Testa



(د) انگیزش: افراد خلاق برای به فعل درآوردن ایده‌های خود برانگیخته می‌شوند.

(ه) شخصیت: افراد خلاق ویژگی‌های شخصیتی‌ای مانند؛ پی‌گیر بودن، مقاوم بودن در برابر فشارهای بیرونی و داخلی و نیز مقاوم بودن در برابر وسوسه‌های هم‌رنگ جماعت شدن دارند.

(و) محیط کار: افراد خلاق در داخل محیط‌های حمایتی بیشتر امکان ظهور می‌یابند.

این محققان مشخص کردند که عمده‌ترین دلیل کارایی نداشتن برنامه‌های آموزش خلاقیت، تاکید صرف این برنامه‌ها بر اندیشه خلاق به عنوان یکی از شش منبع موثر در خلاقیت است (اسحاقی، 1387، ص 14 و 15). اما به هر حال استنبرگ، خلاقیت را شامل برقرار کردن ارتباطات جدید، دیدن چیزها با روشی جدید و تعریف جدید مسائل می‌داند.

بر اساس برآیند این تعاریف، می‌توان خلاقیت را نوعی تفکر به شمار آورد که برآیند نیروهای تعقلی و تخیلی فرد است و محدودیت‌های موجود را در می‌نوردد؛ تا ایده‌های نو ابداع کند؛ به تولید کالا، فرایند یا خدمات جدید می‌انجامد و موجب سودآوری سازمان شده و بقای آن را تضمین می‌کند.

ماهیت پیچیده فرایند خلاقیت و نوآوری توسط نویسندگان متعددی تجزیه و تحلیل شده است. هنری پو آنکاره (1948)، ریاضیدان بزرگ فرانسوی، خلاقیت را تشخیص، تمییز، بصیرت، دریافت، درک و انتخاب یک پدیده می‌داند (طالب بیدختی، 1383، ص 152). فرهنگ و بستر نوآوری را توانایی انجام دادن امری ابتکاری تعریف کرده است که به خلق محصول با خدمتی جدید منجر شود، به طوری که این توانایی ممکن است از هوش و استعداد افراد سرچشمه گیرد یا به وسیله آموزش ایجاد شود (متقی، حامد، 1383، ص 144). با استناد به تعریف‌های یاد شده می‌توان گفت خلاقیت پدیدایی و تولید اندیشه و فکری جدید است در حالی که نوآوری عملی ساختن اندیشه و فکر آن است. نوآوری به معنی به کارگیری تفکرات جدید ناشی از خلاقیت است که در سازمان می‌تواند به صورت کالایی جدید خدمت و یا راه حل جدید انجام دادن کارها باشد (سلطانی، 1382، ص 141). خلاقیت اشاره به قدرت ایجاد اندیشه‌های نو دارد و نوآوری به معنای کاربردی کردن آن افکار تازه و نو است (جعفری، 1378، ص 55). در واقع، نوآوری فرایندی است که از طریق آن، سازمان مشکلات موجود را شناسایی و تعریف می‌کند، سپس، فعالانه دانش جدید را برای حل آن‌ها به کار می‌گیرد.

## 5- نتیجه گیری

در اقتصاد دانش محور، از سرمایه فکری به منظور ایجاد ارزش برای سازمان استفاده می‌شود و در دنیای امروز، موفقیت هر سازمان به توانایی مدیریت این داراییها بستگی دارد. امروزه شاهد رشد اهمیت سرمایه‌های فکری، به عنوان یک ابزار موثر برای افزایش رقابت شرکتها هستیم. سرمایه فکری یک سازمان مجموع سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای آن است. با توجه به تغییراتی که در عرصه کسب و کارها صورت پذیرفته است، دانش به صورت روز افزونی مورد توجه سازمان‌ها قرار گرفته است. فضای رقابتی کسب و کار، سازمان‌ها را به سمت مدیریت دانش جهت منتفع شدن از مزایای آن رهنمون گشته است. در واقع می‌توان گفت که برای سازمان‌های مدرن، دانش یک منبع استراتژیک است که باید در جهت بقا و حفظ مزیت رقابتی، ایجاد گردد. این عقیده وجود دارد که مدیریت چنین منبع استراتژیکی سازمان را قادر می‌سازد تا منافع ویژه‌ای بدست بیاورد؛ از جمله کاهش هزینه‌ها، نوآوری در محصولات و خدمات، رویه‌های توسعه محصولات و خدمات، بهبود کیفیت، خلاقیت و نوآوری در کارکنان و ... ترکیب ابعاد بیان شده مدیریت دانش با بهره‌گیری از سرمایه‌های فکری سازمان منجر به اثر بخشی مدیریت دانش می‌شود که در عملکرد سازمان نمود پیدا می‌کند یعنی باعث افزایش کارایی، انطباق پذیری و نوآوری در سازمان می‌شود و همچنین توانایی یادگیری را در سازمان به شدت بالا می‌برد.



### مراجع

- [1] اسحاقی، سید حسین (1387). نوآوری، بستر شکوفایی. مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، قم، دفتر عقل.
- [2] سلطانی، ایرج (1382)، راهکارهای تقویت خلاقیت در سازمان، تدبیر، سال چهاردهم، شماره 141، صص 26-30.
- [3] شوقی، بهزاد و خوش قیام، زهرا. (1391). مدیریت دانش و یادگیری سازمانی (مفاهیم، تعاریف و نظریه‌ها). تهران: شمیم دانش.
- [4] حسنی مقدم، زهره (1387)، بررسی رابطه جو و فرهنگ سازمانی با مدیریت دانش و بهره‌وری در مدیران مدارس شهرستان سمنان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران.
- [5] جعفری، عبدالرضا (1378)، کیفیت و نظام‌های کنترل، تدبیر، سال هشتم، شماره 55، صص 28-39.
- [6] طالب بیدختی، عباس؛ انوری، علیرضا (1383)، خلاقیت و نوآوری در افراد و سازمان‌ها، تدبیر، شماره 152، صص 21-25.
- [7] فراهانی بورقانی، سهیلا؛ آبدارزاده، پدram؛ فتوت، بنفشه؛ اثر سرمایه‌های فکری بر نوآوری سازمانی با میانجی‌گری مدیریت دانش و یادگیری سازمانی در رسانه‌های نوشتاری، پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی، دوره 6، شماره 1، 1395.
- [8] سید نقوی، میر علی؛ خانی پردنجاتی، سجاد؛ علیزاده، حسین؛ سرمایه‌های فکری و مدیریت دانش: پژوهشی در سازمان‌های دانش‌بنیان، فصلنامه منابه انسانی ناجا، سال هفتم، شماره 30، 1391.
- [9] دستگیر، محسن؛ محمدی، کامران؛ سرمایه‌های فکری؛ گنج تمام‌نشدنی سازمان، تدبیر، شماره 214، 1388.
- [10] قبادی لموکی، تحفه؛ سرمایه‌های فکری و اثر بخشی مدیریت دانش، همایش منطقه‌ای حسابداری سرمایه‌های فکری، گنبد کاووس، دانشگاه آزاد اسلامی واحد گنبد کاووس، 1390.
- [11] رضا زاده، مهدی (1386)، بررسی رابطه فرهنگ سازمانی با مدیریت دانش در کارکنان دانشگاه تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران.
- [12] متقی حامد، علیرضا (1383)، مهندسی مجدد ضرورتی اجتناب‌ناپذیر، تدبیر، شماره 144، صص 56-63.
- [13] Huang C F, Hsueh S.L. (2007). A Study on the Relationship between Intellectual Capital and Business Performance in the Engineering Consulting Industry: A Path Analysis. *Journal of Civil Engineering and Management*, 4: 265-271.
- [14] Yogesh, M. (2000). "Knowledge Management for E-Business Performance: Advancing Information Strategy to 'Internet Time'", *Information Strategy: The Executive's Journal*, Vol. 16, No. 4, pp. 5-16.
- [15] Joo, J; Lee, S. M. (2009). "Adoption of the Semantic Web for overcoming technical limitations of knowledge management systems", *Journal of Expert Systems with Applications*, Vol.36, pp: 7318-7327.
- [16] Marr, B. (2004), "Measuring and Benchmarking Intellectual", *Benchmarking: an International Journal*, Vol. 11, No. 6, pp. 559-570.
- [17] Sullivan, P. (2000), *Value-driven Intellectual Capital: How to convert intangible corporate assets into market value*, Wiley.
- [18] Lim, L. K., Dallimore, P. (2004), "Intellectual capital: management attitudes in service industries", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 5 Iss: 1 pp. 181 – 194
- [19] Ramírez -Córcoles, Yolanda, Santos Peñalver, Jesús F & Tejada Ponce, Ángel et al. (2007). Intellectual Capital in Spanish University. *Journal of Intellectual Capital* 4, 732-748.
- [20] Mouritsen, J., Larsen H. T., and Bukh, P. N. D. (2001). Intellectual Capital and the Capable Firm: Narrating, Visualizing and Numbering for Managing Knowledge. *Accounting Organizations and Society* 26, 735-762.
- [21] Chen, J., Zhu, Z. and Xie, H.Y. (2004), "Measuring intellectual capital: a new model and empirical study", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 5 No. 1, pp. 195-212.
- [22] Tramonte, L; Willms, J. D. (2010), " Cultural capital and its effects on education outcomes", *Economics of Education Review*, Vol. 29, pp: 200-213.
- [23] Zeghal, D; Maaloul, A. (2010), " Analysing value added as an indicator of intellectual capital and its consequences on company performance", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 11 No. 1, pp. 39-60.
- [24] Seetharaman, A., Low, K.L.T. and Saravanan, A.S. (2004), "Comparative justification on intellectual capital", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 5 No. 4, pp. 522-39.
- [25] Unger, J. M; Rauch, A; Frese, M; Rosenbusch, N. (2011). " Human capital and entrepreneurial success: A meta-analytical review", *Journal of Business Venturing*, Vol. 26, pp: 341-358.
- [26] Chou, Y. K. (2006) . "Three simple models of social capital and economic growth", *The Journal of Socio-*



Economics, Vol. 35, pp: 889-912.

[27] Erikson, E. (2002). "Entrepreneurial capital: the Emerging Ventures most important asset & competitive advantage", journal of business venturing, Vol. 13, No. 3, pp: 275-290.

[28] Uliana, E; Macey, J; Grant, P. (2005). "Towards reporting human capital", Meditari Accountancy Research, Vol. 13, No. 2, pp:167-188.

[29] Marr, B; Moustaghfir, K. (2005). "Defining intellectual capital: a three-dimensional approach", journal of management decision, Vol. 43, No. 9, pp: 1114-1128.

[30] Bontis, N., W. Chua Chong Keow and S. Richardson .(2000). "Intellectual Capital and Business Performance in Malaysian Industries", Journal of Intellectual Capital, Vol 1, No 1, pp: 58-100.

[31] Bontis, N .(1998). "Intellectual Capital: An exploratory study that develops measure and models ", Management Decision, Vol. 36, No.2, pp: 63-76.

[32] Nonaka, I. (1994). "A dynamic theory of organizational knowledge creation", Organization Science, Vol. 5, No.1, pp.14-37.

[33] Dalkir, K. (2005). "Knowledge Management in Theory and Practice", Elsevier Butterworth-Heinemann., Burlington.

[34] Davenport, T. and Prusak, L. (1998). "Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know", Boston: Harvard Business School Press.

[35] Massa, S; Testa, S. (2009). "A knowledge management approach to organizational competitive advantage: Evidence from the food sector", European Management Journal, Vol. 27, pp. 129- 141.

[36] Newman, B. B; Conrad, K. W. (2000). "A Framework for Characterizing Knowledge Management Methods, Practice, and Technologies, in: Proceedings of the Practical Aspects of Knowledge Management", (PAKM 2000), The Knowledge Management Forum, Basel, Switzerland, 2000, pp. 16-33.