

مدیریت دانش و خلاقیت و نوآوری در

سازمان های آموزشی

سمیه صمیمی، آسیه منصور نیا، مریم کیانی



- سرشناسه : صمیمی، سمیه، ۱۳۶۰ -
 عنوان و نام پدیدآور : مدیریت دانش و خلاقیت و نوآوری در سازمان‌های آموزشی /
 سمیه صمیمی، راضیه منصورنیا، مریم کیائی.
 مشخصات نشر : بوشهر: دریاورد، ۱۳۹۵.
 مشخصات ظاهری : ۱۱۸ ص.: مصور، جدول، نمودار؛ ۲۱/۵×۱۴/۵ س.م.
 شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۸۰۷۰-۰۴-۷
 وضعیت فهرست نویسی : فیا
 یادداشت : کتابنامه.
 موضوع : مدیریت دانش
 موضوع : مدیریت دانش - نوآوری
 موضوع : اندیشه و تفکر خلاق
 شناسه افزوده : منصورنیا، راضیه، ۱۳۶۳ -
 شناسه افزوده : کیایی، مریم، ۱۳۶۳ -
 رد بندی : ۱۳۹۵ م۴ ص۱/۲ HDR
 رد بندی یوبی : ۶۵۸/۴۰۳۸
 شماره شابک : ۴۱۸۵۱۳۹



«مدیریت دانش و خلاقیت و نوآوری در سازمان‌های آموزشی»

«سمیه صمیمی

«راضیه منصورنیا

«مریم کیائی

«انتشارات دریاورد

«شمارگان: ۵۰۰ نسخه

«چاپ: اول ۱۳۹۵

«شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۰۷۰-۰۴-۷

«نشرانی: بندر گناوه، میدان امام خمینی، مجتمع تجاری جمال زاده، طبقه دوم انتشارات دریاورد

«نماینده: شیراز، خیابان هفت تیر، تقاطع هدایت، پلاک ۹۹، طبقه اول

«تلفن: ۰۹۱۲۶۸۷۳۷۰۰

«قیمت: ۱۲۰۰۰ تومان

فهرست

۷	مقدمه
۱۱	تاریخچه ی مدیریت دانش
۱۳	مفهوم مدیریت دانش
۱۶	علل پیدایش مدیریت دانش
۱۷	انواع مدیریت دانش
۱۸	اهداف مدیریت دانش
۲۱	سه عنصری در مدیریت دانش
۲۲	جنبه های علمی و نظامی مدیریت دانش
۲۴	روش های مدیریت دانش
۲۸	موانع ایجاد مدیریت دانش در سازمان ها
۳۰	مدیریت دانش و فرآیند اطلاعات
۳۱	مدیریت دانایی
۳۷	مفهوم مدیریت دانش
۴۰	ارتباط بین داده، اطلاعات و دانش
۴۵	تفاوت اطلاعات و دانش
۴۶	انواع دانش
۴۹	اجزای مدیریت دانش
۵۲	فرآیندهای مدیریت دانش
۵۳	سازمان دهی دانش
۵۴	به کارگیری دانش
۵۴	به اشتراک گذاشتن دانش
۵۵	مدل های راهبردی مدیریت دانش

۸۴	مفهوم خلاقیت و نوآوری
۹۱	ضرورت و اهمیت خلاقیت و نوآوری در سازمان
۹۱	عوامل موثر در افزایش خلاقیت و نوآوری
۹۲	برنامه ریزی
۹۲	فرهنگ سازمانی (بعد فرهنگی)
۹۴	ساختار سازمانی (بعد ساختاری)
۹۶	منابع انسانی (بعد اجتماعی)
۹۸	ابعاد رفاهی، سیاسی، مالی و فناوری
۱۰۳	شرایط لازم جهت تحقق خلاقیت و نوآوری
۱۰۹	مدیریت منابع انسانی و مدیریت دانش
۱۱۵	منابع

مقدمه

دانش به عنوان یک منبع مهم، زیر رقابتی و ایجاد ارزش، به عنوان یک عنصر ضروری برای توسعه پایدار و به طور کلی، به عنوان یک عامل تعیین کننده برای شرکت ها با آمار جهانی شناخته شده است. علاوه بر این، دانشی که سازمان ها شناسایی می کنند، حیاتی پویا است که نیازمند تغذیه و مدیریت دقیق می باشد (سابرامانیام^۱، ۲۰۰۵).

مادامی که سازمان ها در زمینه ارزیابی دارایی های علمی خود، پیمایشی انجام ندهند، مدیریت دانش بهبود عملکرد و توسعه سرمایه های را تصدیق نخواهد کرد (لونگبوتوم^۲، ۲۰۰۱).

در جهان امروز، کارکنان به دانش هایی نیاز دارند که منابع برای تحول علمی باشند و مسئله پژوهش در این حوزه باید بسیار جدی تلقی گردد. امانت معلمی باید به دست کسانی سپرده شود که از دریچه علمی و پژوهشی به مسائل اجرایی نگاه کنند. در نهایت مدیریت دانش باید با خلاقیت و نوآوری آمیخته شود. چرا که در غیر این صورت کارایی و اثربخشی خود را

1. - Subramaniam

2. - Longbottom

از دست می دهد. پیشرفت های جهانی در فناوری اطلاعات و ارتباطات باعث گسترش وسیع فرصت های یادگیری و دسترسی به منابع تحصیلی و آموزشی گردیده، به گونه ای که این امر با روش های سنتی اصولاً قابل تصور نبوده است. به کارگیری این فن آوری نوین نه تنها موجب تسریع و تسهیل فراوان در کارها شده، بلکه موجب ارتقای سطح مدیریت سیستم های آموزشی گردیده و باعث شده که در مفاهیم و مبانی سیستم های آموزشی سنتی تغییر و تحول بسیار زیادی حاصل گردد. مدیریت دانش فرایندی است که به سازمان ها کمک می کند تا اطلاعات مهم را بیابند، گردانند، سازمان دهی و منتشر کنند. مدیریت دانش تخصصی است که برای فعالیت هایی چون حل مشکلات، آموختن پویا، برنامه ریزی راهبردی و تصمیم گیری، مورد استفاده است (صفایی، ۱۳۸۵).

اگرچه مدیریت دانش به عنوان ابزار مورد استفاده مدیران برای افزایش کارایی شناخته شده است، کارایی نوآوری، عموماً به عنوان اصول پذیرفته شده مدیریت دانش در حال توسعه است. این به این دلیل است که معمولاً سازمان ها، شیوه هایی از مدیریت دانش را به کار می برند که به خوبی ایجاد شده باشند (مدهاوان^۱، ۲۰۰۹).

پاربی و تیلور (۲۰۰۰) براین عقیده اند که مدیریت دانش پشتیبان نوآوری، ایجاد ایده های جدید و بهره برداری از قدرت تفکر سازمان است. تحقیقات نشان داده مدیریت دانش از طریق ایجاد یک فرهنگ مفید و سازنده برای ایجاد و تسهیم دانش و همچنین ایجاد فرهنگ همکاری در سازمانها نقش مهمی را در فرایند نوآوری ایفا می کند. محققان بر نقش محوری مدیریت دانش به خصوص در ایجاد یک محیط کاری داخلی که خلاقیت و نوآوری را حمایت می کند تأکید کرده اند. لازم به ذکر است عملکرد نوآوری که در سازمان ها به نوآوری های محصول و فرایند کمک می کند به عنوان مزیت

رقابتی شناخته شده است (ایکس یو جی لی وای ، ۲۰۰۹). بنابراین باید برای پیاده سازی مدیریت دانش در سازمان به منظور ایجاد یک فرهنگ مشترک برای به حداکثر رساندن عملکرد نوآوری و همچنین برای ایجاد مزیت رقابتی موثر است تلاش کرد (ایبارا ، ۱۹۹۳).

تحقیقات انجام شده در سازمان های موفق نشان داده است که بهره وری، سودآوری، واکنش سریع به نیاز مشتری، کاهش هزینه و بالاخره کیفیت مطلوب از آن سازمان هایی نیست که سرمایه، ماشین آلات و نیروی انسانی بیشتری دارند. آنگونه که پیتر دراکر می گوید، سازمان های موفق آنهایی هستند که: روی انسانی دانشگر بیشتری در اختیار دارند و از نیروی انسانی برای شبیه به جدید پررقابت و تغییرپذیر کسب و کار استفاده می کنند (دراکر ، ۱۹۹۳).

سازمان های موفق آنهایی هستند که دانش پرسنل خود را به توانایی سازمانی تبدیل می کنند. سازمان ها علی رغم سرمایه گذاری های زیادی که برای بهره برداری از دانش خلق می کنند سازمان های خود می نمایند، توفیق چندانی برای آنها حاصل نمی شود و سرمایه گذاری های سرسام آور سخت افزاری و نرم افزاری که برای استقرار مدیریت دانش انجام شده است، نتیجه مورد انتظار را به بار نیاورده است (مالهوترا ، ۲۰۰۰؛ ونگ ، ۲۰۰۴).

همچنین نوآوری به عنوان مسئله ای مهم برای افراد، نهادهای روی هم رفته، برای همه ی جوامع به دلیل ارتباط آن با انعطاف پذیری و تولید و سهم مهم و اساسی است (رانکو ، ۲۰۰۴).

1. Xu . J . li . Y

2. Ibarra

3. - Dracker

4. - Mathotra

5. Wong

6. - Runco

کر و گاگلیاردی^۱ (۲۰۰۳)، بر این باورند که مهم ترین عامل در رشد و پیشرفت بشر در تمام زمینه ها نوآوری و خلاقیت است به همین دلیل نوآوری عامل مهمی در بقای سازمان ها در محیط پر رقابت کنونی است. خلاقیت، پیدایی و تولید اندیشه و فکری نو است؛ در حالی که نوآوری عملی ساختن آن اندیشه و فکر است. از خلاقیت تا نوآوری اغلب راهی طولانی در پیش است و تا اندیشه ای نو به صورت فرآورده یا خدمتی نوین درآید، باید زمانی طولانی بگذرد و تلاش ها و کوشش های بسیاری انجام شود. راهی آسان و اندیشه ای نو از ذهن فرد می تراود و در سال های بعد آن اندیشه نو به وسیله ی فردی دیگر به صورت نوآوری در محصول متجلی می گردد (الانی، ۱۳۸۳).

سازمان ها تنها با این سؤال اساسی مواجه هستند که « با طی کردن چه مسیر و فرآیندی باید خواهند بود از دانش خلق شده در خود برای برآوردن نیازها و اهداف جدیدشان بهره برداری کنند؟ و به عبارتی مسیر بلوغ سازمان در بهره برداری از دانش خود چیست و سازمان روی چه فرآیندهایی سرمایه گذاری کند تا به سوی مدیریت دانش در جهت اهداف و نیازهایش باشد؟ ».

تاریخچه ی مدیریت دانش

دورنمای تاریخی از مدیریت دانش امروزی، به این مطلب اشاره دارد که مدیریت دانش یک خواسته قدیمی بوده است، دانش شامل دانستن و دلایل دانستن به وسیله فلاسفه غربی به صورت مدون شاید هزار سال قبل ایجاد شده باشد، همچنین فلاسفه شرقی، به همین میزان در تدوین دانش مشارکت داشته اند، اگرچه بیشتر تأکید آن ها بر دریافت هدایت ی روحانی و زندگی مذهبی بوده است (ویگ و کارل^۱، ۱۹۹۹).

برخی از فلاسفه از این هم فراتر رفته اند و معتقدند که تلاش ها و نیروهای انسان های اولیه را محیط ناآشنای زندگی خود برای فهم روابط و بقا، نمونه های عمده ای هستند نوی دانش و هدایت آن دانش به سوی خود است. لزوم آگاهی از این سبب های فکری و توجه به دانش، به چند دهه قبل باز می گردد. «پترز»^۲ در سال ۱۹۵۹، دانش را به عنوان یک منبع رقابت معرفی کرد و «پولاتی»^۳ در دهه ۱۹۶۰، مفهوم دانش و لزوم شناخت آن را بیان کرد (رادیگ و پروساک^۴، ۲۰۰۵).

«پیتز دراکر»^۵ از نخستین کسانی بود که توجه عام را به ارزش دارایی های فکری جلب نمود. وی در کتاب خود با عنوان «جامعه پسا سرمایه داری»، چنین می نویسد: مهم ترین منبع اقتصادی، یعنی ابزارهای تولید، دیگر سرمایه یا منابع طبیعی و یا نیروی کار نیست، این منابع اقتصادی بنیادی، دانش است و خواهد بود (داونپورت و پروساک^۶، ۲۰۰۵).

توجه گسترده به دانش به عنوان یکی از منابع سازمانی و شناخت مدیریت دانش به عنوان عامل حیاتی برای بقا، و رقابت سازمانی به دهه ۱۹۹۰ از

1. Wiig & Karl

2. -Peters

3. -Polati

4. Radding, Alen

5. -Davenport & Prusak

می گردد. بررسی موضوعی تحت عنوان مدیریت دانش، برای اولین بار با گزارش سالیانه ۱۹۹۴ شرکت سوئدی «اسکاندینا»^۱ که یک شرکت پیشرو در خدمات مالی است، شروع شد. این گزارش در برگیرنده یک سلسله تحلیل های مالی بود که تلاش می کرد ارزش سرمایه فکری شرکت دارایی های دانشی را کمی کند. تلاش عمده در این خصوص در سال ۱۹۹۱ آغاز گردید. نتیجه به دست آمده این بود که سرمایه فکری حداقل به اندازه سرمایه مالی سنتی در تأمین درآمدهای پایدار نقش داشت (بافی، ۱۹۹۱).

سازمان حاضر، دانش، به طور عمده، بر اثر بخش های اقتصادی تأکید دارد و پنجاست که نقش انسان در سطح مدیریت دانش مطرح می گردد، چرا که این واقعیت آشکار شده است که دستیابی به سطحی از رفتار اثربخش، برای رقابت عالی و سطح بالا ضروری است و این، مستلزم آن است که همه افراد سازمان در نظر گرفته شوند و ما برای این کار باید بین شناخت، انگیزش، رضایت فکری، احساس امنیت و خیلی از عوامل دیگر، یکپارچگی و هماهنگی ایجاد کنیم.

در مدیریت دانش امروز، تأکید بر این است که افراد باید دارای قدرت فکر کردن و تجزیه و تحلیل مسائل بشوند بیشتر دارای بنایف عقلایی باشند تا فعالیت های یدی و همچنین باید به کارکنان ایده های فکری داد تا بتوانند در مورد کار خود اظهارنظر کنند. شناخت دانش، عنوان یک منبع سازمانی و تئوری های جدید رشد و ظهور سازمان های دانشی همگی کمک کردند تا حوزه جدیدی از مدیریت دانش در سیستم های اطلاعاتی به وجود آید. این پیشرفت ها نشان می دهد که دانش در شکلهای مختلف، یک سرمایه و دارایی انسانی است و سرمایه گذاری در آن، مستقیماً به کالاهای و خدمات با فناوری بالا منجر می شود، بر خلاف سایر عوامل تولید،

دانش و قابلیت آن به وسیله درآمدهای در حال افزایش سازمان، مشخص می شوند (اکونوی^۱، ۲۰۰۱: ۲۱).

مفهوم مدیریت دانش

ما در عصر دانش زندگی می کنیم. عبارت "دانش قدرت است" جای خود را در عصر دانایی محوری به "اشتراک دانش قدرت است" داده است. در سازمانی، چه کوچک و چه بزرگ تا آنجایی رونق می یابد که به مدیریت دانش خود دست یابد. هنگامی که یک سازمان تلاش می کند که به اهداف خود دست یابد، عدم ثبات و تهدیدها در محیط، دستیابی به اهداف را به تأخیر انداخته حتی فرایند آن را تخریب می سازد.

بدلیل اینکه دانش قابلیت است، سرمایه های دانش هر سازمانی موفقیت اجرایی آن را تعیین می کند. و دانش مدیریت دانش، مدیریت سرمایه های دانشی هر سازمانی است. مدیریت دانش اساساً مفهوم یا اندیشه جدیدی نیست. دانش موضوعی نیست که امر به کباره به وجود آمده باشد. انسان در مسیر تاریخ تکاملی خود و تکامل اجتماعی ناشی از آن همواره تولید کننده دانش بوده است و از آن در ایجاد تغییر در جامعه استفاده نموده است. به هر حال این دانش بصورت ضمنی در جوامع مختلف بشری در دورانه های مختلف بصورت های مختلف آمده، ثبت شده، انتقال داده شده و خود باعث تغییرات بعدی شده است. مدیریت دانش، راز موفقیت سازمان در قرن ۲۱ است. دانش، مفهومی فراتر از داده و اطلاعات است. دانش به مجموعه اطلاعات، راه کار عملی مرتبط با آن، نتایج به کارگیری آن در تصمیمات مختلف، آموزش مرتبط با آن، نگرش افراد در مشاغل و مسئولیت های مختلف در ارتباط با آن گفته می شود. دانش هر نفر، حتی در موردی خاص، ممکن است با دیگران متفاوت باشد. دانش زیربنای مهارت و تجربه و تخصص هر فرد است