

تأثیر استراتژی های مدیریت دانش بر عملکرد نوآوری

www.ketab.ir

نویسنده:

محمد صادق صحت

سرشناسه
عنوان و نام پدیدآور
مشخصات نشر
مشخصات ظاهری
شابک
وضعیت فهرست نویسی
موضوع
رده بندی کنگره
رده بندی دیویی
شماره کتابشناسی ملی

صحت، محمدصادق، ۱۳۶۰ -
تأثیر استراتژی‌های مدیریت دانش بر عملکرد
نواوری/نویسنده محمدصادق صحت .
تهران: شاپرک سرخ، ۱۳۹۵.
۱۱۱ ص.
978-600-8039-65-5:
فیپا
مدیریت دانش -- نوآوری
۱۳۹۵ ص ۳/۲/۳۰ HD۲
۶۵۴/۴۰۳۸:
۴۲۰۲۰۵۲:

عنوان: تأثیر استراتژی‌های مدیریت دانش بر عملکرد نوآوری

نویسنده: محمد صادق صحت

نوبت چاپ: اول بهار ۱۳۹۵

ناشر: شاپرک سرخ

چاپ و صحافی: شاپرک

شمارگان: ۱۰۰۰

قیمت: ۸۰۰۰ تومان

شماره شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۰۳۹-۶۵-۵

انتشارات شاپرک سرخ: تهران، میدان انقلاب اسلامی، ابتدای خیابان آزادی، کوچه شهید جنتی،

پلاک ۲۴ واحد ۱

۰۹۱۲-۲۱۴۴۶۰۰

۰۲۱-۶۶۹۳۳۷۴۶

www.shaparac.com



مقدمه	۹
تعریف واژگان کلیدی	۱۲
استراتژی های مدیریت دانش	۱۳
۱- دانش	۱۳
۱-۱- انواع دانش	۱۸
۲- مدیریت دانش	۲۰
۱-۲- مدل های مدیریت دانش	۲۱
۱-۲-۱- مدل هیکس	۲۱
۱-۲-۲- مدل مارک و مک لروزر	۲۲
۱-۲-۳- مدل بکمن	۲۳
۱-۲-۴- مدل اودل و گریسون	۲۴
۳- استراتژی های مدیریت دانش	۲۶
۱-۳- استراتژی نوناکا و تاکه نوچی	۲۸
۲-۳- استراتژی بویسوت	۳۱
۳-۳- استراتژی ویگ (طبقه بندی با فرایند تجاری)	۳۳
۴-۳- استراتژی مکنزی (طبقه بندی با فرایند تجاری)	۳۴
۵-۳- استراتژی طبقه بندی به وسیله نتایج نهایی	۳۶
۶-۳- استراتژی ارتباط دانش و نتایج نهایی	۳۷
۷-۳- استراتژی های کد گذاری و شخصی سازی	۳۸
قابلیت یادگیری سازمانی	۴۲
۱- یادگیری و اهمیت آن در سازمان	۴۴
۲- تعاریف مربوط به یادگیری سازمانی	۴۵

۵۰	۳- تعاریف مربوط به قابلیت یادگیری
۵۴	۴- عناصر اصلی قابلیت یادگیری سازمانی
۵۶	عملکرد نوآوری
۵۸	۱- تعاریف نوآوری
۵۹	۲- انواع نوآوری
۵۹	۱-۲- رویکرد چند بعدی به نوآوری
۶۰	۳- انواع نوآوری براساس دسته بندی شومیتز
۶۱	۴- نوآوری و تحول
۶۳	۵- نوآوری در آینده
۶۸	۶- نوآوری سازمانی
۶۹	۲-۳-۷- رابطه دانش و نوآوری، قابلیت یادگیری
۷۰	سوابق مطالعاتی داخلی
۷۴	سوابق مطالعاتی خارجی
۷۶	۲-۵- مدل کلی (چهارچوب مفهومی پیشنهادی)
۷۹	منابع و مأخذ
۹۱	پیوست ۱- پرسشنامه
۹۵	پیوست ۲- پیوست های آماری

مدیریت دانش مجموعه ای از فعالیت های وابسته با هدف توسعه و مدیریت مناسب دانش است. اگر از مدیریت دانش بطور صحیح استفاده شود به سازمان ها کمک میکند که تا انعطاف پذیر تر بوده و همچنین مکانی بهتر برای یادگیری افراد باشند (یهیا و گو^۱، ۲۰۰۲). مدیریت دانش یک وسیله مهم برای رقابت پذیری شرکت است. (سلیمان و اسپونر^۲، ۲۰۰۰).

بازارهایی که با سرعت تغییر می کنند نیاز به توسعه نوآوری های تکنولوژیکی (فن آورانه) دارند، ر چرخه های عمر کوتاه تر محصولات، مزیت های رقابتی را دائماً به چالش می کشد. (پراجو و سوهال^۳، ۲۰۰۳).

همچنین بر اساس یافته های بونتیس و همکاران^۴ (۲۰۰۲)، توانایی یادگیری می تواند قابلیت نوآوری های سازمانی را ارتقا دهد و در محیط های تجاری متغیر، مزیت رقابتی را نگهداری نماید.

«قابلیت یادگیری سازمانی» در یک سازمان به عنوان مجموعه عوامل سازمانی که بر گرایش سازمان برای ایجاد و استفاده از دانش اثر می گذارند، تعریف می شود (سینکولا و همکاران^۵، ۱۹۹۷).

همچنین برخی مطالعات نظیر مقاله ی هانگ و همکاران^۶ (۲۰۰۹) ارتباط میان «یادگیری سازمانی» و «نوآوری» را نشان می دهد.

در بازارهای رقابتی، شرکت ها باید دانش خود را افزایش دهند، تا با محصولات و فن آوری های جدید تطبیق پیدا کنند و پیوسته این دانش را به همه کارکنان توزیع

¹Yahya and Goh

² Soliman and Spooner

³.Prajogo & Sohal

⁴.Bontis et al

⁵.Sinkula et al

⁶.Hung et al

کنند. بر مبنای معیارهای داخلی یک سازمان، طبیعت نوآوری می تواند شامل نوآوری تکنیکی، محصول و فرآیند باشد (یویان هونگ و همکاران^۱، ۲۰۱۱).

از جنبه یادگیری سازمانی، خروجی دانش، ارتقای عملکرد نوآوری سازمانی است. در نتیجه نوآوری معمولاً از جذب دانش در طراحی و تحقیق و سایر واحدهای سازمانی منتج می شود (منس فیلد^۲، ۱۹۸۳).

روثارمیل و دیدز^۳ (۲۰۰۴) نشان دادند که ارتقاء یادگیری با شرکای بیرونی به گونه مثبتی بر توسعه محصول جدید و نوآوری اثر گذاشت. همچنین بر مبنای تحقیق بیکر و سین-کر^۴ (۱۹۹۹)، شرکت های دارای رویکرد یادگیری می توانند محیط بیرونی را برای یافتن پارادایم های جدید تکنولوژی رصد کنند تا به نوآوری برسند.

پیاده سازی دیدگاه بازار گرا برای آزمون تاثیرات یادگیری سازمانی بر عملکرد نشان می دهد یادگیری سازمانی فروش، رشد سود، رضایت مشتری، و نوآوری را بهبود می بخشد. شرکت ها به دنبال توسعه محصولات جدید هستند به وسیله ایجاد ارزش های سازمانی در یادگیری و تشویق کارکنان و پیوسته کارکنان برای گردآوری داده های بازار و تسهیم/رد و بدل کردن آزادانه و بدون دور از تعصب آن. هم چنین نوآوری به خودی خود به فرآیندی برای حل مسائل موجود تبدیل می شود (یویان هونگ و همکاران، ۲۰۱۱).

یادگیری سازمانی افراد را برای شرکت کردن در پایگاه دانش سازمانی آماده می کند. از طریق یادگیری سازمانی، کارکنان احتمال تعامل بیشتری با دیگران را دارند. بطوریکه قابلیت های دانش که شامل کسب، تبدیل و توزیع دانش موجود می شود، امکان پذیر می گردد. قابلیت یادگیری سازمان ایجاد و کاربرد دانش را همچنین افزایش می دهد. یادگیری سازمانی بر توسعه متخصصین تاکید می کند و از

¹.Yu Yuan Hung et al

².Mansfield

³.Rothaermel and Deeds

⁴.Baker and Sinkula

بروکراسی تمرکز زدایی می کند تا از خلاقیت و نوآوری حمایت کند، به همین دلیل نوآوری محصول فرعی یادگیری سازمانی می باشد. شرکت با یادگیری سازمانی بهتر توانایی بیشتری دارد تا نوآوری محصول و فرآیند و سازمان را توسعه دهد. گرایش متعدد به سوی یادگیری سازمانی، اثر بخشی و کار آیی فعالیت های نوآورانه ی شرکت را بهبود می بخشد.

بنابر نتایج پژوهش تیسه و همکاران^۱ (۱۹۹۷) به دست آوردن دانش های جدید، گام اول در رسیدن به نوآوری است. در نتیجه اگر دانش آزادانه در جریان باشد یا سازمان ها دانش فعلی را برای توسعه ایده های نو به کار گیرند، بهره وری و ابتکارات جدید افزایش پیدا خواهند کرد (داون-پورت و پرو-ساک^۲، ۱۹۹۸).

بنابراین، هدف این پژوهش بررسی تاثیر «استراتژی های مدیریت دانش» بر «عملکرد نوآوری» با توجه به تعریف انجی «قابلیت یادگیری سازمانی» (در شرکت بهپرداز جهان) است. از اینرو پژوهشگر سعی یافتن ابعاد کلیدی تبیین کننده ی «استراتژی های مدیریت دانش»، «قابلیت یادگیری سازمانی» و «عملکرد نوآوری» و چگونگی کنش اجزای مرتبط با آن ها در شرکت بهپرداز جهان و پاسخگویی به سؤالات زیر است؛

سازمان ها برای انجام مأموریت ها و دستیابی به اهداف خود دارای منابع و دارایی های متعددی می باشند. برخی از این منابع و دارایی ها بسیار ارزشمند و راهبردی هستند که برای کسب مزیت رقابتی سازمان نقش محوری دارند دانش برای تمام سازمان ها از جمله این منابع و دارایی ها است، به طوری که صاحب نظران علم مدیریت، دانش را جایگزین نهایی تولید، ثروت و سرمایه پولی می دانند (تافلر^۳، ۱۹۹۰)، همچنین پیتز دراکر معتقد است که در اقتصاد امروز دنیا، دانش منبعی همانند و در عرض سایر منابع تولید مانند کار و سرمایه و زمین نیست، بلکه تنها منبع معنی

1. Teece et al

2. Davenport & Prusak

3. Toffler

دار عصر حاضر به شمار می رود (دراکر^۱، ۱۹۹۲) در واقع دانش تنها منبعی در سازمان است که در اثر استفاده، نه تنها از ارزش آن کاسته نشده، بلکه بر ارزش آن نیز افزوده می شود (گلaser^۲، ۱۹۹۸) این دانش در رویه ها، دستورالعمل ها، دیدگاه ها، اقدامات و تصمیمات سازمانی مستقر و مستتر است و زمانباهمیت بیشتر می یابد که به محصولات و خدمات ارزشمندی تبدیل شود (رضائیان و همکاران، ۱۳۸۸).

بدین ترتیب، مدیریت دانش ابزاری اساسی در کسب و کار برای شرکت هایی که می خواهند در زمینه ایجاد خلق آینده به جای پیش بینی و واکنش نسبت به آن، از دیگر نتایج است که استقرار سامانه های دانش با خود به ارمغان آورده است. (اسفیدانی، کرمی، ۱۳۸۳)

علاوه بر این باید دست که سازمان ها نیز به عنوان مجموعه ای از افراد و گروه های انسانی در معرض تحولات وسیع و پرشتاب محیطی قرار دارند و به مرور زمان در زمینه اقدامات و فعالیت های خود آراخته هایی را کسب می کنند. به عبارت دیگر سازمان ها نیز باید مانند افراد دارای تیلا^۳ یادگیری باشند. از این رو موضوع «یادگیری سازمانی» در کانون توجه تئوریهای جدید سازمان و مدیریت قرار دارد. می توان نتیجه گرفت یکی از چالشهای مهم در سطوح مدیریتی، افزایش توان یادگیری سازمانی است. (محمدی، ۱۳۷۷)

تعریف واژگان کلیدی

استراتژی مدیریت دانش: مجموعه ای از خطوط راهنما که تصمیمات یک سازمان را در خصوص تشخیص، کسب، توسعه، ذخیره سازی، مدیریت، بازیابی و بکارگیری دانش خود شکل می دهد. (کستن^۳، ۲۰۰۷)

1. Drucker

2. Glaser

3. Kasten