

## چکیده

رشته مدیریت دانش به عنوان منبع و سرچشمه اصلی مزیت رقابتی در آینده شناخته شده است. این بدان معنا نیست که در دنیای به شدت رقابتی امروز نمی‌توان از مدیریت دانش برای کسب مزیت رقابتی و پیشبرد اهداف و مقاصد نوآوری در سازمانها استفاده کرد، بلکه می‌توان قاطعانه ادعا کرد که امروزه مهارت‌های مدیریت دانش می‌تواند در پیگیری و تحقق نوآوری در سازمانها موثر واقع شود. در این مقاله تلاش شده است که اولاً به موضوع گذار از انقلاب اطلاعات و ورود به دوران انقلاب دانش اشاره و سپس نقش و اهمیت دانش را تشریح کرد. ثانیاً توضیح داده شود که چرا مدیریت دانش می‌تواند موجبات شکوفایی و بالندگی نوآوری‌های دانش را فراهم آورده و چگونه می‌توان از فناوریهای اطلاعات و ارتباطات برای دستیابی به این اهداف و مقاصد بهره جست. ثالثاً از طریق تامل و دقت در اصول دانش مدار، ساختارهای توزیع دانش و مهارت‌های دانش مدار به معرفی یک الگوی مدیریت استراتژیک برای تلاشهای نوآوری پرداخته شود. در پایان، به چالش‌های بنیادین و اساسی اشاره شده که تمام انواع سازمانها اعم از دولتی، بازرگانی و صنعتی ناچارند برای بهره‌مندی از مزایای نوآوری استراتژیک به استقبال آنها بروند.

# نوآوری دانش

صابر مقدمی

## مقدمه

اصطلاح مدیریت دانش طی دهه گذشته توجه و اقبال بسیاری در عرصه کسب و کار یافته است. علت این اقبال و توجه آن است که بسیاری از مدیران سازمانهای مختلف، مدیریت دانش را به عنوان فرایندی قلمداد می‌کنند که سازمانها را قادر می‌سازد از داراییهای دانش برای ایجاد ارزش در سازمانها استفاده کنند. برای مثال، کاربرد اینترنت از زمان اجرای پروژه ARPA-NET در ایالات متحده آمریکا روز به روز افزایش یافته و امروزه اینترنت به عنوان یک ابزار کلیدی برای مدیریت دانش به شمار رفته و رشته مدیریت دانش به یک سوژه داغ و بحث برانگیز تبدیل شده است. از این رو، بسیاری از مدیران آن را به عنوان منبع مزیت رقابتی آینده تلقی کرده و آن را درحوزه‌های مختلف نظیر تحقیق و توسعه، داروسازی، بازاریابی و مهندسی نرم افزار به کار می‌گیرند.

علاوه براین، مدیریت نوآوری نیز که با مسائل و موضوعاتی نظیر مدیریت کارآمد فرایند نوآوری سر و کار دارد توجه و اقبال

نوآوری موضوع چندان استراتژیک و مهمی به شمار نیاید. در عوض، موضوع استراتژیک و مهم کاربرد مدیریت دانش در فرایندهای مدیریت نوآوری است که موجب می‌شود سازمانها عملکرد خود را ارتقا ببخشند. در گذشته سازمانها با تکیه بر نوآوری جدید برای ارتقای عملکرد سازمان از خود می‌پرسیدند: نوآوری چگونه می‌تواند عملکرد سازمانی را ارتقا ببخشد، در حالی که امروزه با تکیه بر نوآوری دانش به عنوان منبع بالقوه مزیت رقابتی از خود می‌پرسند: چگونه توسل به نوآوری دانش، ما را قادر می‌سازد که در دنیای پر تلاطم کسب و کار به مزیت رقابتی بلندمدت نائل شویم؟

برای اینکه بتوانیم چشم انداز روشنی به مدیریت استراتژیک نوآوری دانش بگشاییم، لازم است که دو جریان فکری پشتیبان مدیریت دانش و مدیریت نوآوری را بیان کنیم. رویکرد استراتژیک به مدیریت دانش و مدیریت نوآوری ممکن است به ترکیب و یکپارچه سازی بیشتر این دو حوزه منجر گردد. برای اینکه این جنبه از مدیریت نوآوری

بسیاری را به خود جلب کرده است، GOH, 2004, HARKEMA AND BROWAEYS, 2002, (GIGET, 1997). از آنجا که نوآوری به عنوان یکی از عناصر مهم و کلیدی کسب و کار محسوب می‌شود، امروزه مدیریت دانش به عنوان یکی از وظایف و کارکردهای اصلی سازمان محسوب می‌شود. علی‌رغم مطالبی که بیان شد تحقیقاتی که در زمینه دستیابی، مدیریت و کاربرد داراییهای دانش در نوآوری انجام گرفته است هنوز کافی نبوده است. امروزه، مدیریت دانش و مدیریت نوآوری دو حوزه مدیریتی متمایزی هستند که به نظر می‌رسد دارای تاثیرات و نتایج مجزایی هستند. با وجود این، یکی از دغدغه‌های عمده و اصلی مدیران ارشد سازمانها این است که از طریق کاربرد موثر داراییهای دانش به ایجاد، تحکیم و توسعه نوآوری بپردازند.

## ترکیب مدیریت دانش و نوآوری

افزایش رقابت بین بنگاهها در مقیاس جهانی باعث شده است که تفکیک یا عدم تفکیک حوزه‌های مدیریت دانش یا مدیریت

دانش درک شود یک چارچوب مدیریت استراتژیک پیشنهاد می‌گردد که به عنوان یک الگوی مفهومی قادر است به سازمانها کمک کند که درک کنند چگونه می‌توان نوآوری دانش را از طریق یک روش کلی، جامع و هماهنگ هدایت کرد.

شکل شماره یک نشان می‌دهد که مدیریت دانش و مدیریت نوآوری ارائه‌گر یک رویکرد مدیریت استراتژیک به نوآوری دانش به عنوان یک منبع مزیت رقابتی پایدار است. (شکل ۱)

### اهمیت دانش

گذار به انقلاب دانش: در اقتصاد نوین، دانش منبع اصلی توسعه اقتصادی و صنعتی است و سایر عوامل سنتی تولید مانند زمین، نیروی کار و سرمایه در مرتبه بعدی اهمیت قرار دارند (DRUCKER, 1994). عوامل سنتی تولید از نظر مقیاس و دامنه با محدودیت روبرو بوده و افزایش نهایی آنها به بازده نزولی سرمایه‌گذاری منجر می‌شود. در مقابل، قانون اقتصادی دیگری بر بازده دانش حکمفرماست: سرمایه‌گذاری بیشتر در دانش یا اطلاعات به بازدهی بالاتری ختم خواهد شد. نگرش سنتی به نوآوری از تاکید بر داراییهای فیزیکی و ملموس به فرایندهای جذب، همانند سازی و تسهیم دانش برای ایجاد نوآوری در دانش مبدل شده است. در چنین شرایطی دانش

به عامل کلیدی ارتقای عملکرد سازمانی تبدیل شده است. هر چند صاحب نظران رشته نوآوری اهمیت دانش را به رسمیت می‌شناسند، اما ابهام موجود بین ارزش دانش و اطلاعات سازمانها را ناچار ساخته است که میلیاردها دلار در فناوری اطلاعات سرمایه‌گذاری کنند (STRASSMAN, 1997). این ناهماهنگی بین مخارج فناوری اطلاعات و عملکرد سازمانی را می‌توان به گذار از عصر اطلاعات و ورود به عصر دانش نسبت داد (MALHOTRA, 2000, 1997). در حقیقت توجه روزافزون به نوآوری دانش به عنوان اهرم استراتژیک عملکرد سازمانی موضوع تازه‌ای نیست.

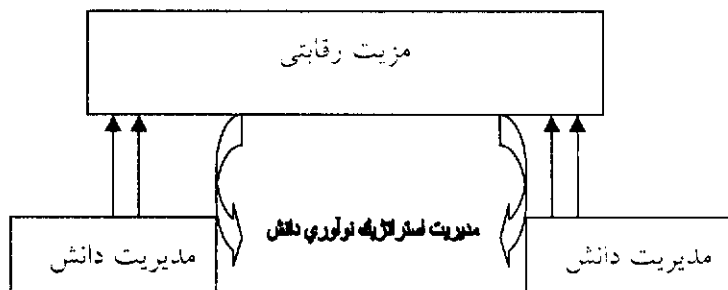
سازمانهایی در اقتصاد مبتنی بر دانش موفق عمل می‌کنند که بتوانند در فرصتهای حاصل از داراییهای دانش سرمایه‌گذاری کنند. این سازمانها فاتحان صنعت خواهند بود. سازمانهایی که از عهده این مهم برنیایند بازندگان صنعت تلقی خواهند شد. برای این کار سازمانها مجبورند انواع داراییهای دانش را شناسایی و نحوه اجرای موثر مدیریت دانش را بیاموزند.

### مهارت مدیریت دانش

دانش از طریق اثرگذاری در محصولات، فرایندها و افراد موجب ایجاد ارزش برای سازمانها می‌شود، در حالی که مدیریت

دانش اطلاعات، داده‌ها و داراییهای فکری را به ارزشهای دیرپا و ماندگار تبدیل می‌کند (DELL, 1996). به دلیل نیاز سازمانها به نوآوری، توجه به مدیریت دانش با توجه به مدیریت نوآوری همراه و همگام بوده است. تاکنون دستاوردهای مدیریت دانش مهم و چشمگیر بوده است. یکی از دستاوردهای مدیریت دانش در زمینه محصول تولید خودرو هوشمند است که سیستم مدیریت موتور آن قادر است عملکرد قطعات و اجزای مهم موتور را کنترل کرده و از نیاز به سرویس و به دنبال آن افزایش عملکرد موتور آگاهی داشته باشد. دستاورد دیگر دانش در زمینه فرآیند بهره‌مندی از بهترین مهارتها است، مانند کارخانه‌های تولیدکننده نیمه‌هادیهای دارای فناوری بالا است که موجب شده است صرفه‌جوییهای هنگفتی در زمینه سرمایه‌گذاری در داراییهای سرمایه‌ای انجام گیرد. در زمینه افراد، دانش تخصصی افراد مجرب در معاملات تجاری (مذاکرات چند میلیارد دلاری) قادر است موفقیت یا عدم موفقیت در کسب

و کارهای مبتنی بر دانش را تعیین کند. از تاثیرات مهم مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی گسترش ابزارهای مدیریت دانش مانند یادگیری الکترونیکی، گذرگاههای اینترنتی (WEB PORTAL)، چت یا گفتگوی الکترونیکی، و ابزارهای جستجو و گردآوری داده‌ها و غیره است. علی‌رغم وجود مزیت‌های مدیریت دانش در زمینه صرفه‌جوییهای مالی، سرمایه‌گذاری در زمینه مدیریت دانش با ریسک‌ها و مخاطراتی همراه است، زیرا مشکلات و مسائل مربوط به استقرار آن موجب می‌شود که به مزایای مورد انتظار منجر نشود (LINDGREN AND HENFRIDSSON, 2002, STORY AND BARNETT, 2000, FAHEY AND PRUAK, 1998). همانگونه که در بالا بدان اشاره شد، دستاوردهای مدیریت دانش در حیطه کسب و کار عبارت است: محصول مانند حق اختراع یا اعطای امتیاز فناوری (سرمایه فکری)، فرآیند مانند رویه‌های مالی یا روشهای تولید (سرمایه ساختاری) افراد مانند نیروی متخصص (سرمایه انسانی).



شکل ۱- نوآوری دانش به عنوان منبع مزیت رقابتی پایدار

## تکامل نوآوری دانش

سازمانهای امروزی بی وقفه تلاش می کنند تا خود را از رقبایشان متمایز کنند. کسب توانایی لازم برای ایجاد تمایز، کاربرد هوشمندانه داراییهای دانش برای مقاصد نوآوری است. بنابراین، بسیاری از سازمانها در صددند بر مبنای فرایندهای خاص تولید، مهارتهای خاص و کمیاب، خلاقیت و اقدامات مدیریتی نظیر مدیریت زنجیره عرضه و مدیریت روابط مشتری، تکنیک های جدید را بیازمایند (GOLD ET AL, 2001)

امروزه سازمانها سخت تلاش می کنند که به عنوان پیشگامان مهارتهای مدیریت دانش شناخته شده و از این طریق مزد تلاش و کوشش خود را بگیرند. این مهم از طریق کاربرد دانش برای مقاصد نوآوری امکانپذیر است. برای مثال، شرکت نوکیا سازمانی است که از مهارتهای مدیریت دانش در کسب و کار استفاده کرده و مزایای رقابتی بسیاری را در زمینه نوآوری و توسعه محصول کسب کرده است. نوکیا با استفاده از مهارتهای مدیریت دانش اقدام به شناسایی رویه های بازار و نیازمندیهای مشتریان می نماید. تعجب آور نیست اگر بگوییم که نوکیا قادر است هر ۲۵ روز یک دستگاه تلفن همراه جدید به بازار عرضه کند.

### الگوی مدیریت استراتژیک

بسیاری از نویسندگان موضوعهای مدیریت دانش بر خلاف نظریه پردازان نوآوری مایل نیستند اهمیت اقتصادی نوآوری را درک کنند. از طرف دیگر نویسندگان نوآوری اغلب قادر نیستند از مهارتهای مدیریت دانش به عنوان یک ابزار مدیریت استراتژیک استفاده کنند. با وجود این، تقریباً هر سازمانی تلاش می کند از فرصتهای ارائه شده توسط مدیریت دانش نظیر روشهای کسب، همانند سازی و تسهیم اطلاعات استفاده در نوآوری استفاده کند. روشن است که ظهور نوآوری دانش نه تنها سازمانها را قادر می سازد نسبت به رقبا مزیت رقابتی به دست آورند بلکه ابزار سودمندی را برای ارتقای عملکرد سازمانی ارائه می کند.

به جای بررسی نقاط قوت و ضعف

دارایی دانش در نظر گرفت. این سازمانها هستند که قادرند با توجه به محیط و اهداف کسب و کار مشخص سازند که چه اطلاعاتی را می توان دارایی دانش قلمداد کرد. معمولاً داراییهای دانش را به دو دسته داراییهای عینی و داراییهای ذهنی طبقه بندی می کنند. برای مثال، داراییهای عینی عبارتند از: حق اختراع، مارک تجاری و غیره. این نوع اطلاعات را می توان با استفاده از فناوری اطلاعات ثبت، بایگانی و کددار کرد. داراییهای ذهنی به اطلاعات موجود در افکار مردم اشاره دارد که نمی توان آنها را ثبت، بایگانی و کددار کرد (Amidon, 1997, Drucker, 1998).

عناصر تشکیل دهنده نوآوری دانش چیست؟

اولین بار بیتر دراکر بود که از اصطلاح کارگر دانش (knowledge worker) استفاده کرد. در واقع تا همین اواخر بود که مدیران و سیاستگذاران سازمانی دریافته اند نوآوری موفق نوآوری دانش مدار است. «آمیدون» نوآوری دانش را بدینگونه تعریف می کند: ایجاد، توسعه، تبدیل و کاربرد افکار جدید در قالب کالاها و خدمات قابل فروش که موجب موفقیت سازمانها، اعتبار اقتصاد یک منت و پیشرفت و ترقی یک جامعه می شود. نوآوری دانش دو عنصر کلیدی دارد: اول شناسایی دانش به عنوان یک عامل کلیدی و دوم اقدامات مربوط به مدیریت دانش.

مدیریت استراتژیک نوآوری دانش: ماهیت ذهنی داراییهای دانش سازمانها و الزامات بلند مدت سازمانها ایجاد می کند که رویکرد متفاوتی به مدیریت نوآوری دانش ایجاد گردد. تفکرات رایج امروزی، مدیریت استراتژیک نوآوری دانش را به عنوان یک ابزار رقابتی موثر برای حمایت از عملکرد سازمانی قلمداد می کند (Gupta and medaniel, 2002, Clarke and Rollo, 2001, probes et al, 1999). با وجود ابزارهای مختلف مدیریت دانش، مدیران سازمانها برای دگرگونی سریع رویکردها یا نگرشهایشان جهت کاربرد دانش در حیطه نوآوری با یکدیگر به رقابت می کنند.

تمرکز بر موضوعهای مدیریت استراتژیک ضروری است زیرا ظهور نوآوری دانش

**موفقیت نوآوری دانش به میزان همکاری افرادی بستگی دارد که در ایجاد دانش سهیم هستند.**

**هدف نهایی مدیریت موثر نوآوری دانش این است که همه کارگران دانش برای تحقق نسبی آن بکوشند.**

نوآوری دانش بهتر است که بر مدیریت استراتژیک نوآوری دانش تمرکز شود. در واقع جریان فکری موجود این است که نوآوری دانش باید بر روی کدام یک از ابعاد استراتژیک مدیریت تمرکز کند. درک این موضوع ممکن است افق جدیدی در استقرار و تحکیم نوآوری دانش در سازمانها بگشاید. عدم وجود یک نگرش جامع به مدیریت نوآوری موجب بروز ابهاماتی شده است. برای رفع این ابهام باید دو نکته را روشن بسازیم. ابتدا نوآوری دانش را تعریف کرده و اثرات ناشی از آن را بر موفقیت سازمانها، اقتصاد و جامعه مشخص سازیم. ثانیاً از آنجا که یک الگوی جامع برای درک ابعاد استراتژیک مهارتهای مدیریت دانش در نوآوری وجود ندارد تلفیق مدیریت دانش و نوآوری دانش بر اساس یک چارچوب مدیریت استراتژیک ضروری است.

### داراییهای دانش چیست؟

همه انواع اطلاعات را نمی توان به عنوان

۱ - درک سیستم ارزش نوآوری: این سیستم با زنجیره ارزش متفاوت است. بر خلاف زنجیره ارزش که خطی و ایستا است این سیستم غیرخطی و پویا بوده و بیانگر روابط متقابل است.

۲ - صورتبندی یا تنظیم استراتژی دانش گروهی: این استراتژی بر خلاف استراتژی اطلاعات رقابتی که به رابطه برد/بایخت قائل است رابطه برد / برد را تشویق می کند.

۳ - توسعه شبکه دانش استراتژیک: بر خلاف واحدهای تجاری استراتژیک که داراییهای اطلاعات مجزا را مورد تاکید قرار می دهد، این شبکه جریان داراییهای دانش بین شرکا، مشتریان، تامین کنندگان و غیره را مورد تاکید قرار می دهد.

۴ - ایجاد راهکارهای مدیریت دانش مبتنی بر انسان/ فناوری نه راهکارهای مدیریت دانش مبتنی بر ماشین: برای اینکه دانش در خدمت نوآوری باشد باید انسان و ماشین مکمل یکدیگر باشند.

۵ - استقرار فرآیند دانش پایین به بالا: کارهای دانش سودمند و خلاقانه که توسط کارگران دانش انجام می گیرد نیازمند دخالت اندکی مقامات رده بالاست

۶ - تاکید بر موفقیت مشتری به جای رضایتمندی مشتری: رضایتمندی مشتری تنها بر نیازهای امروزی مشتری تاکید دارد در حالی که موفقیت مشتری نیازهای آتی مشتریان را نیز در نظر دارد. موفقیت مشتری نیروی رقابتی برای رشد شرکت و توسعه کسب و کار را ایجاد می کند.

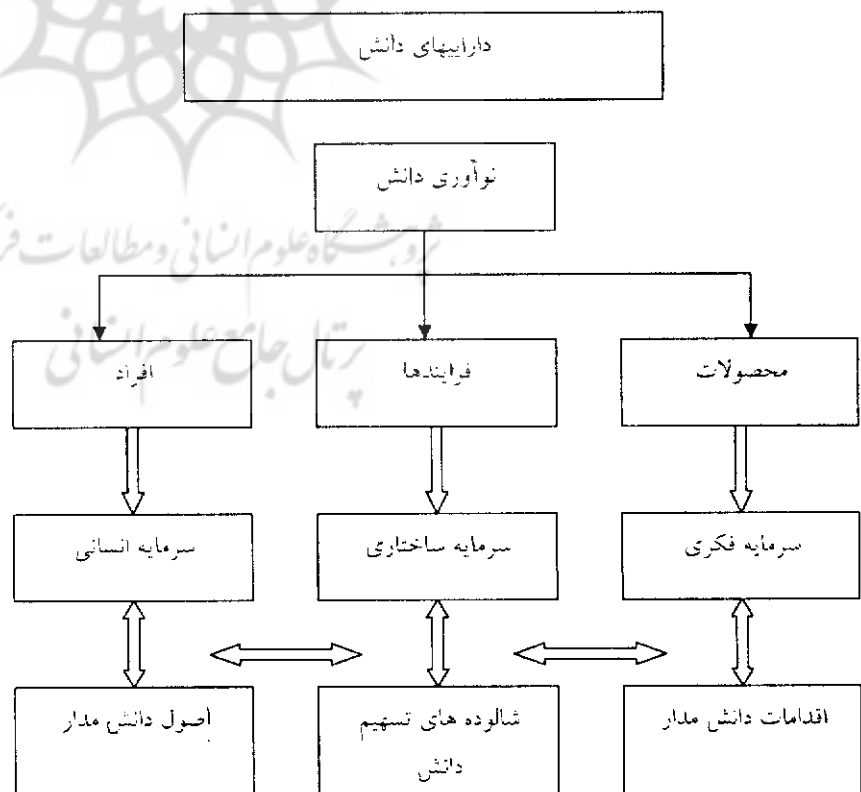
ساختارهای تسهیم دانش: فناوریهای اطلاعات و ارتباطات، موتور محرکه و عامل موثر در سرعت بالای انتقال اطلاعات و کاهش هزینه های ارتباطات است. اینترنت یکی از فناوریهای اطلاعات و ارتباطات است که تاثیر چشمگیری بر مدیریت دانش گذاشته است. امروزه، اینترنت مسیر استفاده گروهی از داراییهای دانش را هموار ساخته است. سازمانها برای استقرار ساختارهای تسهیم دانش برای نوآوری دانش باید از فعالیتهای کدگذاری، ذخیره دانش و توسعه شبکه دانش جانبداری کنند (Maryam and Leinder, 2001, Davenport and Prusak, 1998)

از طریق آن اطمینان حاصل کنند که آیا نقش آنان در جوانب استراتژیک مدیریت تحقق یافته است یا نه. توسعه مفهومی این الگو بر اساس مرور جامع ادبیات مدیریت دانش انجام شده است که در مدیریت نوآوری به کار می رود. علاوه بر این، الگوی مدیریت استراتژیک به طور جامع چگونگی مدیریت استراتژیک نوآوری دانش را نشان می دهد. (شکل ۲)

اصول دانش مدار: اگر قرار است که مهارتهای مدیریت دانش با مهارتهای مدیریت نوآوری ترکیب شده و به عنوان یک ابزار رقابتی برای پشتیبانی از نوآوری دانش تبدیل گردد، سازمانها باید وظایف خود را بر اساس مجموعه ای از اصول دانش مدار ایفا کنند. اصول ششگانه مدیریت نوآوری دانش عبارتند از: (Harkema and Browaey, 2002, Davis and Botkin, 1999, Miller and Morris, 1999, skyrme and Amidon, 19997, Davenport, 1993)

هرگز متوقف نشده و با محیطهای رقابتی و شرایط جدید بازارها تغییر می یابد. با وجود ارتباطی که بین داراییهای دانش و مدیریت نوآوری وجود دارد فرد ممکن است تعجب کند که چرا تحقیقات اندکی در زمینه نوآوری دانش صورت گرفته است. با در نظر گرفتن این موضوع که اصول دانش مدار باید محور و راهنمای عمل نوآوری دانش قرار گرفته و یک شالوده تسهیم دانش برای تسهیل اقدامات دانش مدار ضروری است، باید گفت که استقرار آن به داده های انسانی تصمیم گیری، اشتراک مساعی، تجارب و واکنشهای خلاقانه توسط افراد مستعد بستگی دارد.

رویکرد مدیریت استراتژیک همانگونه که در شکل شماره ۲ نشان داده شده است در جستجوی ارائه تصویر بهتری از مدیریت نوآوری دانش است. این رویکرد یک ابزار مدیریتی در اختیار سازمانها قرار می دهد که



شکل ۲- الگوی مدیریت استراتژیک

مشترک از مهارت‌ها و ایجاد شبکه های دانش  
است. (Maryam and Leinder, 2001, Davenport,  
and prusak, 1998).

## منابع

Amidon, d.m, 1997, innovation strategy for the knowledge: the ken awaking, butterworth-heinemann, Boston, MA.

Drucker, p, 1988, " the coming of the New organization", Harvard business Review, pp45-53, jan-feb 1988

Goh, A, 2004, " Enhancing competitiveness through lnnovation: issues and implications for industrial policy making", International Journal of Applied Management and Technology, vol.2, no.2, p 1-23

Gold, A, malhotra, A, and segars, A, 2001, " knowledge Management: an organizational capabilities perspective", Journal of Management Information systems, vol. 18, no. 1, pp. 185-214

Gupta, A. and macdaniel, j., 2002, " Creating competitive Advantage by Effectively Managing knowledge: A framework for knowledge Management.", Journal of knowledge Management practice, vol. 3, no. 2, pp40-49

Harkema, s.j. and browaeys, m.j., 2002, " Managing innovation successfully: A complex process", European Academy of Management annual conference proceeding, EURAM 2002, BRUSSELS

Lindgren, r. Andhenfridsson, o., 2002, " using competence system: adoption barriers and design suggestion", journal of information and knowledge management, vol. 1, no. 1, p. 65-78

Malhotra, y., 2000, knowledge management and new organization forms: a framework for business model innovation, knowledge management and virtual organization, idea group publishing, Hershey, pa

Maryam, M. and leinder, D. 2001, " knowledge management and knowledge management system: conceptual foundation and research issues", MIS Quarterly, vol. 25, no. 1, pp. 107-136

O dell, c., 1996, " a current review of knowledge management best practices", knowledge management 96 conference, business intelligent, London

Strassmann, PA., 1997, the squandered computer: evaluating the business alignment of information technologies, information economic press, New Canaan, ct.

● صابر مقدمی: عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد میانه

### امروزه مهارت‌های مدیریت دانش می تواند در پیگیری و تحقق نوآوری در سازمانها موثر باشد.

### یک دغدغه مدیران ارشد این است که از طریق کاربرد موثر داراییهای دانش به ایجاد، تحکیم و توسعه نوآوری بپردازند.

سومین چالش، تقویت نقش تمام عوامل ذینفع سازمان است. به عبارت دیگر، وظیفه این عوامل ایجاد یک فرهنگ دانش مدار و شکوفاسازی یک اکوسیستم مبتنی بر تسهیم دانش است. گذشته از آن، موفقیت نوآوری دانش به میزان همکاری و تعاون افرادی بستگی دارد که در ایجاد دانش سهیمند. عاملی که موجب می شود دانش برای جامعه سودمند و ارزشمند شود.

### نتیجه گیری

مانند سایر انواع نوآوری، نوآوری دانش با هدف کسب و کار و در یک محیط غیرایده آل انجام می گیرد. باید این موضوع را درک کرد که هدف نهایی مدیریت موثر نوآوری دانش این است که همه کارگران دانش برای تحقق نسبی آن بکوشند. یک رویکرد مدیریت استراتژیک پیشنهادی برای درک دیدگاههای نظری و ملاحظات عملی پیرامون اصول دانش مدار، ساختارهای تسهیم دانش و اقدامات دانش مدار، تحکیم کدگذاری و ذخیره دانش، ایجاد نقشه ها یا مسیرهای دانش، استفاده

### اقدامات دانش مدار

هدف اقدامات دانش مدار شناسایی گوهر دانش از بین دریای پهناور اطلاعات است. اینترنت به خاطر کاربرد آسان، دسترسی سریع و کم هزینه ای که دارد ابزار سودمندی برای اقدامات دانش مدار به شمار می رود. تاثیر اقدامات دانش مدار بر نوآوری تا حدود زیادی به خلاقیت و تخیل انسانی و داراییهای دانش موجود بستگی دارد ( Malhotra, 2000, 1997). بر اساس مطالعه ای که بر روی مهارت‌های مدیریت دانش سازمانهای استفاده کننده از اینترنت انجام گرفته اقدامات ۹ گانه دانش مدار عبارتند از:

#### الف - محصولات:

۱- تعیین نوع و گونه دانش؛  
۲- ایجاد پایگاههای دانش؛  
۳- تبدیل دانش به محصولات و خدمات جدید.

#### ب - فرآیندها:

۴- کسب و کاربرد مجدد اطلاعات به عنوان دانش؛

۵- آموزش فرایندهای دانش از طریق توزیع، انتشار یا برقراری ارتباطات شخصی؛

۶- سنجش و مدیریت ارزش داراییهای دانش.

#### ج - افراد:

۷- ایجاد دانش یا تیمهای سرمایه فکری؛  
۸- تاسیس مراکز دانش مردم مدار؛  
۹- استفاده از فنون گروهی برای مبادله دانش بین افراد.

چالشهای آینده نوآوری دانش: برای برخورداری هر چه بیشتر از مزایای نوآوری دانش باید به استقبال چالشهای بنیادین و اساسی رفت. این چالشهای سه گانه عبارتند از:

اولین چالش، گسترش اقدامات دانش مدار در لایه های مختلف جامعه یعنی لایه های صنعتی، سازمانی و انسانی است. این اقدام افراد را قادر خواهد ساخت از سرمایه دانش برای مشارکت در فعالیتهای اساسی نوآوری دانش استفاده کنند.

دومین چالش، ایجاد داراییهای دانش جدید، دسترسی آسان و جابه جایی و تحرک آزاد آن برای افراد درگیر در فعالیتهای نوآوری دانش است.