

مقاله‌ها و مقالات وارده

شپوشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
مقاله این بخش:

آیا سربازی اجتماعی تعیین کننده نوآوری است؟ به چه میزان؟

رئیسری تیمی: بازده، راحکارها و بهبود آن

توانمندی نام تجاری

آیا سرمایه‌ی اجتماعی تعیین‌کننده نوآوری است؟ به چه میزان؟

رؤیا اسدی فردا

چکیده

مفهوم نوآوری در طی چهل سال اخیر به طور قابل توجهی تکامل یافته است. این تکامل در مفهوم نوآوری دو پیامد را ایجاد کرده است: اول، نوآوری به هیچ وجه به عنوان یک رویداد ناپیوسته که تنها بهبود راه حل های فنی را در بر می‌گیرد ادراک نمی‌شود، بلکه نوآوری به عنوان فرآیندی که تعاملات اجتماعی را در بر می‌گیرد، ادراک می‌گردد؛ دوم، نوآوری به هیچ وجه توسط ترکیبات مجزایی از اشکال ملموس سرمایه (فیزیکی، مالی، ...) تبیین نمی‌شود، بلکه نوآوری توسط ترکیبات اشکال غیر ملموس سرمایه به ویژه سرمایه اجتماعی تبیین می‌شود. سرمایه اجتماعی از طریق کاهش هزینه های معامله بین شرکتها و بین شرکتها و سایر بازیگران، (کاهش) هزینه قابل ملاحظه جستجو و اطلاعات، هزینه های چانه‌زنی و تصمیم و هزینه‌های نظارت و اجرا نوآوری را افزایش می‌دهد.

■ مقدمه

توجهی) تکامل یافته است. در خلال دهه ۱۹۵۰ نوآوری به عنوان یک رویداد ناپیوسته منتج از دانش توسعه یافته توسط مخترعان و پژوهشگران منفرد و جدا از یکدیگر مد نظر قرار می‌گرفت؛ امروزه نوآوری به عنوان "نتیجه یک فرآیند که موفقیت‌ها (نوآوری) بر مبنای تعاملات و مبادله‌ی دانش شمار بسیار متنوعی از بازیگران در وضعیتهای وابسته به هم مدنظر قرار می‌گیرد. این تکامل در مفهوم نوآوری دو پیامد را ایجاد کرده است: اول، نوآوری به هیچ وجه به عنوان یک رویداد ناپیوسته که تنها بهبود راه حل های فنی را در بر می‌گیرد ادراک نمی‌شود، بلکه نوآوری به عنوان فرآیندی که تعاملات اجتماعی را در بر می‌گیرد، ادراک می‌گردد؛ دوم، نوآوری به هیچ وجه توسط ترکیبات مجزایی از اشکال ملموس سرمایه (فیزیکی، مالی، ...) تبیین نمی‌شود، بلکه نوآوری توسط ترکیبات اشکال غیر ملموس سرمایه به ویژه سرمایه اجتماعی تبیین می‌شود. ما این تغییرات را در دو مرحله مرور خواهیم کرد: اول به طور بسیار مختصری تغییراتی که در رابطه با درک مفهوم نوآوری رخ داده است، بررسی خواهد شد دوم چارچوب های نظری عمده و مهم از طریق تمیز تئوری های اجتماعی - سازمانی نوآوری های مبتنی بر دانش بررسی خواهد شد.

اهمیت تعیین‌کننده های فنی و اقتصادی نوآوری توجه نظری و عملی (تجربی) زیادی را دریافت کرده است. اهمیت سرمایه اجتماعی به عنوان تعیین‌کننده نوآوری در طی چند سال اخیر توجهات نظری زیادی را دریافت کرده است؛ امروزه فرض بر این است که کسب دانش توسط شرکتها نه تنها بستگی به بازار یا سلسله مراتب دارد بلکه به سرمایه اجتماعی انباشته شده جوامع از طریق شبکه های تعامل و یادگیری نیز بستگی دارد. در مقابل تئوری هزینه معامله که مبتنی بر پیش فرض فرصت‌گرایی و منتج از شرایط شکست بازار است، حامیان تئوری سرمایه اجتماعی بحث می‌کنند که شرکتها ظرفیت‌هایی برای ایجاد و تسهیم دانش دارند که ظرفیت های نوآورانه شان را بهبود می‌بخشند. به هر حال در مقابل بینش های نظری اساسی که در ادبیات نظری نوآوری در طی سال های اخیر گسترش یافته است، با این وجود در آزمون های تجربی کمی از این فرضیه های جدید وجود دارد. در این مقاله به این شکاف توجه شده و تخمین هایی از مدل هایی که چگونگی تعیین‌کننده بودن سرمایه اجتماعی در نوآوری را نشان می‌دهد ارائه می‌شود.

ظهور سرمایه اجتماعی به عنوان یک عامل تبیین‌کننده در تئوری های مبتنی بر دانش نوآوری

مفهوم نوآوری در طی چهل سال اخیر به طور مؤثری (قابل

■ از مفهوم یک رویداد ناپیوسته نوآوری تا مفهوم فرآیندی از نوآوری

نوآوری مبتنی بر دانش به هیچ وجه به عنوان یک رویداد ناپیوسته‌ی پدید آمده از افراد منفرد و جدا از یکدیگر درک نمی‌شود بلکه به جای آن نوآوری به صورت زیرمد نظر قرار می‌گیرد:

- یک فرآیند به ویژه یک فرآیند حل مسئله؛

- فرآیندی که ابتدا درون شرکت‌ها رخ می‌دهد نه درون نهادهای دولت یا آزمایشگاه‌های دولت؛

- یک فرآیند تعاملی که روابط بین شرکت‌ها با بازیگران مختلف محیط‌شان را در بر می‌گیرد، این روابط هم رسمی و هم غیررسمی هستند و شرکت‌ها را به درون این شبکه‌های کاری وارد می‌سازد؛

- یک فرآیند یادگیری متنوع شده (diversified). یادگیری

ممکن است به شکل یادگیری از طریق کاربرد (learning-by-using)، یادگیری از طریق عمل

(learning-by-doing) و یادگیری از طریق تسهیم

(learning-by-sharing) پدید آید. یادگیری ممکن است از طریق

مآخذ داخلی یا خارجی دانش ایجاد گردد، یادگیری خارجی اشاره

به ظرفیت جذب شرکت‌ها دارد؛

- فرآیندی که مبادله دانش ضمنی و دانش کدگذاری شده را در بر

می‌گیرد. مبادله دانش کدگذاری شده ضروری است اما ناکافی؛

- یک فرآیند تعاملی یادگیری و مبادله، جایی که وابستگی متقابل

بین بازیگران یک سیستم نوآورانه را ایجاد می‌کند؛

ظهور این مفهوم جدید از نوآوری به طور مقابل ملاحظه‌ی تئوری

های نوآوری را مورد تجدید نظر قرار داده است؛ این تکامل نظری

از طریق اهمیت فزاینده‌ی اجزای اجتماعی در تبیین نوآوری‌هایی

که بدو آنها بر مبنای اشکال ملموس سرمایه بودند، مشخص

می‌شود.

۱- از تئوری‌های مهندسی نوآوری تا تئوری‌های اجتماعی نوآوری

دخول روز افزون اجزای اجتماعی به تئوری‌های نوآوری مبتنی بر

دانش از طریق بررسی پنج تئوری متوالی و نوآوری مبتنی بر دانش

به خوبی فهمیده می‌شود که دانستن آنها مهم می‌باشد این

تئوری‌ها عبارتند از: نوآوری مبتنی بر دانش نشأت گرفته از علم؛

نوآوری مبتنی بر دانش نشأت گرفته از نیازهای بازار؛ روابط بین

بازیگران در بازارها، شبکه‌های فناورانه و شبکه‌های اجتماعی.

۱-۱- تئوری‌های مهندسی نوآوری

اولین تئوری صریح و روشن از نوآوری مبتنی بر دانش، تئوری

مهندسی نوآوری است. در این تئوری فرصت‌های نوآوری - که

فرصت‌هایی برای بهبود محصولات و فرآیندها هستند - در فهم

نتایج پژوهش یافت می‌شود. در این تئوری پژوهش‌های بنیادی و تحقیق و توسعه صنعتی مآخذ فرآیندها و محصولات جدید یا بهبود یافته، هستند. در این تئوری تولید (production) یک راه حل برای مشکل مهندسی است. در این تئوری‌ها نوآوری تنها از طریق ترکیبات اشکال ملموس سرمایه نظیر سرمایه فناورانه، فیزیکی، نیروی کار و مالی تبیین می‌شود.

۱-۲- تئوری‌های مبتنی بر بازار نوآوری

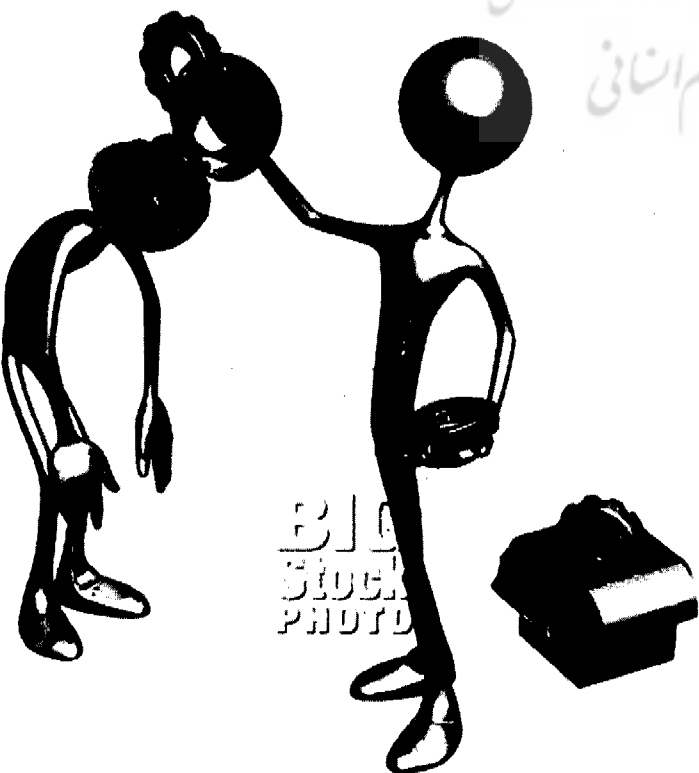
محدودیت‌های راه حل مهندسی در دهه ۱۹۶۰ دیدگاه جایگزینی را ایجاد کرد که این دیدگاه از این ایده حمایت می‌کند که مآخذ ایده‌ها برای راه حل باید از بازار نشأت گیرد. این تئوری‌ها هنوز هم یک جایگاه محوری و مرکزی به پژوهش به عنوان یک مآخذ دانش برای توسعه و بهبود فرآیندها و محصولات را ارائه می‌دهد. به هر حال این نظریه پردازان برای اولین بار ورود عوامل سازمانی را در تبیین‌هایشان ارائه دادند؛

امکان‌پذیری فنی هنوز هم به عنوان یک شرط لازم نوآوری مدنظر قرار می‌گیرد ولی به هیچ وجه شرط کافی برای نوآوری‌های موفق نیست. در این تئوری‌ها نوآوری از طریق ترکیبات اشکال ملموس سرمایه و یک عامل غیر ملموس یعنی داده‌های بازار تبیین می‌شود.

اولین تئوری

صریح و روشن از نوآوری مبتنی بر دانش، تئوری

مهندسی نوآوری است



Big
Stock
Photo

۳-۱- تئوری های ارتباط زنجیره ای نوآوری

تئوری های جدید در دو مرحله ایجاد شده اند، در ابتدای دهه ۱۹۸۰ محققانی نظیر ماوری و رزبرگ (۱۹۸۷) پیشنهاد توجه بیشتر به رابطه ای که بین پژوهش و بازار از طریق: مهندسی، تولید، توسعه تکنولوژی، بازاریابی و فروش وجود دارد را ارائه دادند. در اواخر دهه ۱۹۸۰ محققانی نظیر ون هایل (۱۹۸۸) تأکید را بر اطلاعات ایجاد شده از طریق ترکیب اشکال ملموس سرمایه همراه با یک شکل غیر ملموس از سرمایه یعنی داده هایی در مورد مشتریان و عرضه کنندگانی که سازمان می یابند تا اطلاعاتی برای نوآوران فراهم شود، تبیین می شود.

۴-۱- تئوری های شبکه ای فناورانه نوآوری

در پایان دهه ۱۹۸۰ و در خلال دهه ۱۹۹۰ تئوری شبکه های فناورانه نوآوری توسط گروه جدیدی از محققان تحت عنوان «سیستم های نوآوری» توسعه یافتند. حامیان این نوع تئوری ها فرض می کنند که شرکتهای نوآور به مجموعه بسیار متنوعی از عاملان (agents) از طریق شبکه های همکاری مبتنی بر اعتماد متقابل و مبادله اطلاعات مرتبط می شوند. این دیدگاه بر اهمیت مآخذ اطلاعاتی

نوآوری در تئوری های شبکه فناورانه

از طریق اشکال ملموس سرمایه همراه با یک شکل غیرملموس سرمایه یعنی شبکه های فناورانه به عنوان ابزاری برای اکتساب و جذب داده های (data) تبدیل شده به اطلاعات تبیین می شود



که در خارج از شرکت هستند یعنی اطلاعات حاصل از مشتریان، عرضه کنندگان، مشاوران، نهادهای دولت، آزمایشگاه های دولت، پژوهش های دانشگاه و غیره تأکید می کند. به عبارت دیگر توسعه و بهبود محصولات و فرآیندها باید به طور همزمان معیارهای امکان پذیری فنی (که از تئوری مهندسی اقتباس شده است)، امکان پذیری بازار و امکان پذیری شبکه برآورده شود. نوآوری در تئوری های شبکه فناورانه از طریق اشکال ملموس سرمایه همراه با یک شکل غیرملموس سرمایه یعنی شبکه های فناورانه به عنوان ابزاری برای اکتساب و جذب داده های (data) تبدیل شده به اطلاعات تبیین می شود.

۵-۱- تئوری های شبکه اجتماعی نوآوری

تئوری های شبکه اجتماعی نوآوری بر مبنای دو ایده قدیمی و یک بینش جدید می باشند. ایده های قدیمی بیان می دارند که نوآوری از طریق پژوهش (که از تئوری مهندسی اقتباس شده است) و نیز از طریق فرآیند تعامل نامنظم بین شرکت ها و دیگر بازیگران (که از تئوری های شبکه فنی نوآوری اقتباس شده است) تعیین می شود. بینش جدید این است که دانش، نقش حیاتی تری در پژوهش نوآوری ایفا می کند. اهمیت فزاینده دانش به عنوان یک عامل تولید و یک عامل تعیین کننده نوآوری می تواند از طریق گسترش مستمر میزان دانش فنی انباشته شده در طی زمان و نیز استفاده از تکنولوژی های ارتباطاتی که دانش را با سرعت بسیار زیادی در مقیاس جهانی در دسترس قرار می دهند، تبیین شود. در مقایسه با تئوری شبکه های نوآورانه فناوری، تئوری های شبکه اجتماعی نوآوری به جای تأکید بر ابزارهای فنی و شبکه های فنی به عنوان عوامل غیر ملموس حیاتی تأکید بیشتری را بر اهمیت استراتژیک ابزارهای رابطه ای و دانش قرار می دهد. توسعه نوآوری مبتنی بر دانش مستلزم ظرفیت هایی برای به کارگیری ابزارهای فنی و رابطه ای (relational) است، ابزارهای فنی اشاره به اکتساب و به کارگیری اطلاعات جدید و تکنولوژی های ارتباطی دارد. ابزارهای فنی مزیت رقابت خلق نمی کنند به دلیل اینکه به آسانی در دسترس دیگران می باشند. خلق مزیت های رقابتی مبتنی بر ابزارهای رابطه ای است یعنی شیوه انجام کسب و کار در محیط های داخلی و خارجی شرکت ها. در این تئوری ها دانش، شبکه ها و اجتماعات را در بر می گیرد و سرمایه اجتماعی عنصری اساسی برای درک نوآوری می باشد. در تئوری های شبکه اجتماعی، نوآوری از ترکیبات اشکال ملموس سرمایه همراه با اشکال غیر ملموس سرمایه که از طریق تعاملات پایدار و نامنظمی که بین شرکت ها و مجموعه متنوعی از بازیگران رخ می دهد منتج می شود. این تعاملات کلی و جامع هستند و از طریق تاریخ، ارزش

های اجتماعی، نهادها و وابستگی های متقابل، متأثر می شود.

۲- تعریف سرمایه اجتماعی

طبق نظر کلمن (۲۰۰۰): «سرمایه اجتماعی از طریق وظایفش تعریف می شود. سرمایه اجتماعی یک هویت منفرد نیست بلکه دارای هویت های متفاوتی با دو عنصر مشترک می باشد یعنی آنها شامل برخی جنبه های ساختارهای اجتماعی هستند و نیز اقدامات معینی از بازیگران (اشخاص یا بازیگران شرکتی) را درون این ساختارها تسهیل می کنند. سرمایه اجتماعی مانند سایر اشکال سرمایه بهره ور (productive) است و تحقق اهداف معینی را که در نبود آن امکان پذیر نمی شدند ممکن می سازد. سرمایه اجتماعی مانند سرمایه فیزیکی و انسانی به طور کامل قابل تعویض نیست بلکه ممکن است برای فعالیت های معین خاص و ویژه باشد. شکل خاصی از سرمایه اجتماعی که در تسهیل اقدامات معینی، ارزشمند می باشد ممکن است برای دیگران بی فایده باشد. سرمایه اجتماعی بر خلاف سایر اشکال سرمایه در ساختار روابط بین بازیگران ذاتی و ماندگار می باشد.»

■ سرمایه اجتماعی و نوآوری

نقش سرمایه اجتماعی در نوآوری از طریق کاهش هزینه های معامله بین شرکتها و بین شرکتها و سایر بازیگران، (کاهش) هزینه قابل ملاحظه جستجو و اطلاعات، هزینه های چانه زنی و تصمیم و هزینه های نظارت و اجرا محقق می شود. بنابراین فرضیه ی کلی از تئوری سرمایه اجتماعی نوآوری این است که: «شرکتها در اجتماعات با ذخیره عظیمی از سرمایه اجتماعی همیشه یک مزیت رقابتی خواهند داشت به نحوی که سرمایه اجتماعی به کاهش خطای اداری کمک می کند، اطلاعات قابل اتکایی را ایجاد می کند تا داوطلبانه و اختیاری باشد، توافق هایی را ایجاد می کند تا مورد احترام باشد، کارکنان را قادر می سازد تا اطلاعات ضمنی را تسهیم کنند و مذاکره کنندگان را در یک جایگاه یکسان قرار می دهند. زمانی که فرآیند جهانی شدن تقسیم کار را عمیق تر می سازد و بنابراین نیازها برای هماهنگی میان شرکتها افزایش می یابد، این مزیت حتی بیشتر و مهم تر می شود». سرمایه اجتماعی می تواند اشکال متفاوتی را ابتدا به شکل اعتماد، هنجارها و شبکه ها بگیرد. اعتماد در طی زمان از طریق تعاملات تکرار شده توسعه می یابد در حقیقت طبق نظر کناک و کیفر، «افراد در جوامع با اعتماد بالا، هزینه کمتری را برای حفاظت از خودشان در مورد استثمار قرار گرفتن معاملات اقتصادی صرف می کنند. احتمالاً قراردادهای مکتوب کمتر مورد نیاز می باشند و نباید هر

شرایط ممکن را مشخص کنند. مرافعه و دادخواهی ممکن است کمتر متداول باشد. افراد در جوامع با اعتماد بالا احتمالاً منابع کمتری را برای حفاظت خودشان از تخلفات غیر قانونی (جنایی) از حقوق مالکیت شان صرف می کنند. اعتماد کم، باز دارنده نوآوریست. اگر کارآفرینان زمان بیشتری را برای نظارت بر خطاهای اداری شریکان، کارکنان و عرضه کنندگان اختصاص دهند در آن صورت زمان کمی برای اختصاص دادن به نوآوری در فرآیندها و محصولات جدید خواهند داشت.»

هنجارهای رفتار متناسب نیز در طی زمان به عنوان نتیجه یک سری از تعاملات و مبادله منابع توسعه می یابد. نظیر اعتماد، هنجارها به عنوان محدودیت هایی برای منافع شخصی محدود عمل می کنند و افراد را به سمت تسهیم و مبادله هدایت می کنند به جای رفتارهای فرصت طلبانه.

■ نتیجه گیری

تکاملاتی که در تئوری های نوآوری رخ داده است نشان می دهد که نوآوری از ترکیب اشکال ملموس سرمایه همراه با اشکال غیر ملموس سرمایه که از طریق تعاملات پایدار و نامنظمی که بین شرکتها و مجموعه متنوعی از بازیگران رخ می دهد منتج می شود. نقش سرمایه اجتماعی در نوآوری از طریق کاهش هزینه های معامله بین شرکتها و بین شرکتها و سایر بازیگران، (کاهش) هزینه قابل ملاحظه جستجو و اطلاعات، هزینه های چانه زنی و تصمیم و هزینه های نظارت و اجرا محقق می شود. هر چه میزان سرمایه اجتماعی افزایش یابد به دلیل افزایش اعتماد و روحیه تسهیم اطلاعات در میان افراد، نوآوری نیز افزایش می یابد، در مقابل عدم اعتماد بازدارنده، نوآوریست. ■

منبع:

Landry.R ,Amara.N,Lamari.M."Does Social Capital Determine Innovation? To What Extent?". 4 th International Conference on Technology Policy and Innovation(Curitiba, Brazil: August 28-31,2000)

میثاق مدیران سرمایه گذاری مطمئن شما در

توسعه مدیریت ایران را گرامی داشته، امیدوار است

در خلق مزیت رقابتی، موثر واقع شود.

امور مشترکین ۲-۲۶۲۱۵۵۰۰