

# SID



سرویس های ویژه



سرویس ترجمه تخصصی



کارگاه های آموزشی



بلاگ مرکز اطلاعات علمی



سامانه ویراستاری STES



فیلم های آموزشی

## کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی



مقاله نویسی علوم انسانی



اصول تنظیم قراردادها



آموزش مهارت های کاربردی در تدوین و چاپ مقاله

## جایگاه خلاقیت، نوآوری و نوآوری سازمان در مدیریت دانش

رقیه حسینی

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، موسسه آموزش عالی فارابی، کرج، ایران  
hosseini.mit92@gmail.com

فاطمه سلیمانی روزبهانی

کاندیدای دکتری مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم تحقیقات، ایران  
fa.solaymani@gmail.com

### چکیده

از جمله ابزارهای مدیریتی که می تواند در تغییرات بسیار سریع و با شتاب امروزی متمرثمر، و راه گشایی برای موفقیت در سازمان ها باشد، توجه، بها بخشیدن و استفاده از خلاقیت و نوآوری می باشد که از جمله مزیت های اصلی برای ادامه حیات سازمانها به حساب می آیند بنابراین باید از سهم بسزایی در سازمانها برخوردار باشند. از سویی دیگر توجه داشتن به مدیریت دانش جهت توجه نمودن به داش موجود در سازمان، نشر و انتقال و گسترش آن به جامعه و کارکنان و نسلهای جوان نیز، با در نظر داشتن این مسئله که دانش های جدید و فراگیری آنها نقشی غیر قابل انکار در بقا و رشد سازمانها در دنیای رقابتی امروزه دارند، مورد توجه و دارای اهمیت می باشد. مدیران متوجه این امر گشته اند که نوآوری موفق نوآوری های دانش مدار است و در نتیجه سعی می نمایند تا با استفاده نمودن از فرایندها و استراتژیهای موجود در مدیریت دانش، از جمله روشهایی همچون تسهیم، ذخیره، بازبینی و همانند سازی در اطلاعات، از آنها در جهتی صحیح و در راستای ایجاد و خلق نوآوری ها استفاده نمایند تا بدین صورت نسبت به رقبای خویش مزیت رقابتی کسب نمایند و از آنها پیشی بگیرند.

با توجه به اهمیت موضوعات مدیریت دانش و نوآوری و فواید حاصله از آنها در سازمانها، مقاله پیش رو با روشی کتابخانه‌ای و بررسی متون و پژوهش‌های صورت گرفته در حوزه خلاقیت، نوآوری و نوآوری سازمان در مدیریت دانش، ابتدا تعاریفی از مفاهیم مورد نظر را بیان داشته و در ادامه به بحث در رابطه با نوآوری سازمان و مدیریت دانش می‌پردازد. نتایج این پژوهش می‌تواند در افزایش سطح آگاهی در ارتباط با نوآوری سازمان و مدیریت دانش مؤثر باشد.

**واژگان کلیدی:** خلاقیت، نوآوری، نوآوری سازمان، دانش، مدیریت دانش

## مقدمه

ویژگی منحصر به فرد هزاره جدید که از آن با عنوان عصر اطلاعات یاد می کنند نوآوری و تغییر سریع است (یعقوبی & کوچک زاده، بدون تاریخ). ابداعات نوآوری گرایش بسیار شدیدی به دانش، تخصص و تعهدات کارمندان به عنوان ورودی های کلیدی در فرایند خلق ارزش دارد. نوآور پذیری بالاتر به سازمانها، در پاسخ به تغییرات محیطی و همچنین گسترش قابلیت های جدید برای دستیابی به عملکرد بالاتر کمک می کند (پاشازاده & گوهری، ۱۳۹۱). پیشرفت و موفقیت شرکتها و سازمانهای بزرگ مرهون ایده ها و راه حل های نوآورانه ای است که معمولاً به طور اتفاقی به ذهن متخصصان، مدیران و یا تیم های حرفه ای آن سازمان می رسد (ابطحی نژاد، ۱۳۸۸). از نگاه لابینکا<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۰۰)، امروزه ضرورت ایجاد تغییر و نوآوری شناخته شده و هیچ مدیری نمی تواند به مدت طولانی نسبت به تغییر و نوآوری بی توجهی نشان دهد (صلواتی، باغبانیان، & زندی، ۱۳۹۲).

از سویی دیگر، عصر دانایی یا دانش، عنوان جدیدی است که به زمان حاضر و آینده نزدیک، اطلاق می شود (فتحیان & احسانی، بدون تاریخ) و به عنوان سرمایه ناملموس، توجه بسیاری را به خود جلب کرده است. داشتن دانش صحیح و کاربردی و استفاده از آن در زمان و مکان مناسب سازمان را در موقعیت برتر نسبت به سایر رقبا قرار می دهد (رادفر، رضایی ملک، & رضایی ملک، ۱۳۹۳).

از جمله مواردی که می تواند نقش مهمی در فرآیند نوآوری ایفاد نماید، دانش سازمانی است (وظیفه دوست، فروغ نژاد، & خوشنود، ۱۳۹۳) از دهه ۱۹۷۰ میلادی با پیشروی سریع فناوریهای برتر در جهان، به ویژه در زمینه های رایانه و ارتباطات، الگوی رشد اقتصادی به طور اساسی تغییر نمود و در پی آن از دهه ۱۹۹۰ دانش به عنوان مهمترین سرمایه جایگزین سرمایه های فیزیکی و پولی شد (هوشمند، میر افضل، & رضایی نور، ۱۳۹۲). دانش به ویژه دانش ضمنی (وظیفه دوست، فروغ نژاد، & خوشنود، ۱۳۹۳) به عنوان تنها منبع استراتژیک مزیت رقابتی در اقتصاد جهانی شناخته شده است. سازمان ها برای بقا در محیط به شدت رقابتی امروزی باید دانش جدید را در سازمان خود ایجاد نموده، توزیع کرده و آن را تبدیل به کالاها و خدمات نمایند و برای رسیدن به این هدف، بایستی مقوله دانش درون سازمان ها مدیریت شود (سلاجقه، پور رشیدی، & موسایی، ۱۳۹۲). با این حال صرف عمل به دانش تنهایی، نمی تواند مزیت استراتژیک را تضمین نماید و در سال های بعد تنها

---

<sup>1</sup> Labinka

شرکت‌هایی که در ایجاد دانش جدید و عمل به آن به طور مؤثر و کارآمد اقدام نموده اند، می‌توانند در ایجاد مزیت رقابتی موفق باشند (وظیفه دوست، فروغ نژاد، & خوشنود، ۱۳۹۳).

اگر در گذشته، دستیابی به توسعه اقتصادی مستلزم توجه خاص بر مدیریت سرمایه، مدیریت صنعت، تکنولوژی و امثالهم بود، امروزه تاکید اصلی بر مدیریت دانش است (رضا & متولی حبیبی، ۱۳۸۵) که رویکرد جامعی جهت ترسیم چشم انداز گسترده و همه جانبه برای سازمان است (انواری رستمی & شهانی، ۳-۱۸) و در چند سال اخیر پیشرفت قابل توجهی داشته است (خوش سیما، ابراهیمی نژاد، & فلاح لاجیمی، بدون تاریخ). شواهد حاکی از آن است که تمایل فزاینده ای برای بکارگیری مدیریت دانش در سازمانها پدید آمده است (ابطحی & صلواتی، بدون تاریخ) زیرا بیان دیگری از مدیریت راهبردی است (ارشاد & منجم زاده، ۱۳۸۷). همچنین دیدگاهی برای اضافه کردن یا ایجاد ارزش توسط نفوذ مؤثر بر دانش و تخصص موجود در ذهن افراد می‌باشد (برومند & رنجبری، اقدامات راهبردی مدیریت منابع انسانی و عملکرد نوآوری: با تاکید بر نقش مدیریت دانش، ۱۳۸۸). هدف تهابی آن، کاربرد دانش به منظور بهبود عملکرد سازمانی است (هوشمند، میر افضل، & رضایی نور، ۱۳۹۲). داشتن درکی جامع از مدیریت دانش در قالب دیدگاهی کل گرا کلیدی برای اجرای اثر بخش تلقی می‌شود (صالحی صدقیانی & خیر اندیش، بدون تاریخ). پایه و اساس آن، کارکنان دانشی هستند که خلق، انتشار و استفاده از دانش را تسهیل کنند (حجازی، نورزاده، & محمدی نژاد، ۱۳۹۲). در نتیجه، از با اهمیت ترین سرمایه های یک سازمان، کارکنان هوشمند و با دانش آن هستند (مقدم & حسنعلی پور، ۱۳۸۷).

بررسی پیشینه نظری و آراء صاحب نظرانی چون درکر<sup>۲</sup>، نوناکا<sup>۳</sup>، استوارت<sup>۴</sup>، نشان می‌دهد که ضرورت بکارگیری مدیریت دانش در سازمان انکار ناپذیر است (حجازی، نورزاده، & محمدی نژاد، ۱۳۹۲). مرویچ<sup>۵</sup> معتقد است مدیریت دانش به مجموعه ای از فعالیت های منظم و سیستماتیک سازمانی گفته می‌شود که جهت دستیابی به ارزش از طریق دانش در دسترس صورت می‌گیرد و دانش در دسترس کلیه تجربیات و آموخته های افراد یک سازمان و کلیه اسناد و گزارشها، در داخل یک سازمان می‌شود. ویگ<sup>۶</sup> مدیریت دانش را در برگیرنده رفتار انسانی نگرش ها و قابلیت های انسانی، فلسفه های کسب و کار، الگوها، عملیات، رویه ها و فن آوری پیچیده می‌داند. داونپورت<sup>۷</sup>، مدیریت دانش را فرایند خاص سازمانی و سیستمی برای کسب نگهداری، کاربرد، سازماندهی پخش و خلق دوباره دانش صریح کارکنان برای افزایش عملکرد

<sup>2</sup> Deraker

<sup>3</sup> Nonaka

<sup>4</sup> Stewart

<sup>5</sup> Merwick

<sup>6</sup> Wiig

<sup>7</sup> Takanchi

سازمان و ارزش آفرینی تعریف کرده است. تاکنچی<sup>۸</sup> یک دیدگاه مخالف روی مدیریت دانش دارد که به معنی کنترل کمتر روی کارمندان و درگیرکردن هر کدام برای خلق و به اشتراک گذاشتن است که در جای خود، استراتژی سازمان نوآور را تقویت می کند. (حجازی، نورزاده، & محمدی نژاد، ۱۳۹۲)

با این تفاسیر، همگام با چرخش از سوی اقتصاد مبتنی بر صنعت به اقتصاد مبتنی بر دانش، سازمانها نیز خود را بر آن داشته اند تا با تکیه بر دانش و اطلاعات (انصاری رنانی & قاسمی نامقی، ۱۳۸۸)، اشتراک دانش (نعمتی انارکی & نوشین فرد، ۱۳۹۲) و استفاده از آن در فرایند کسب و کار توان رقابتی خود را افزایش دهند (انصاری رنانی & قاسمی نامقی، ۱۳۸۸). اگر روند تغییر و تحولات دانش در جامعه معاصر به دقت مورد ارزیابی واقع شود. این نتیجه مهم حاصل می شود که جامعه فرا صنعتی امروز جامعه ی اطلاعاتی است که در آن بتدریج فناوریهای نیرو افزا جای خود را به فناوریهای دانش افزا می دهد (رجب پور میبدی، بدون تاریخ). افزایش روزافزون اهمیت سرمایه های دانشی و تبدیل آنها به مزیت رقابتی سازمانها، لزوم هر چه بیشتر عوامل موثر بر فرایندهای مدیریت دانش را پیش از پیش نمایان میسازد. سازمانهایی که بتوانند منابع دانشی خود را بکار گیرند، میتوانند مزیت‌های زیادی را در رابطه با نوآوری بدست آورند. (بحر العلوم، ۱۳۸۶)

همچنین، متون مدیریت راهبردی، نوآوری را به عنوان عامل مهم و حیاتی برای سازمانها به منظور ایجاد ارزش و مزیت رقابتی پایدار در محیط پیچیده و متغیر امروزی می بینند (برومند & رنجبری، اقدامات راهبردی مدیریت منابع انسانی و عملکرد نوآوری: با تاکید بر نقش مدیریت دانش، ۱۳۸۸) و از سویی محققان، بر نقش محوری مدیریت دانش در ایجاد یک محیط کاری که از خلاقیت و نوآوری حمایت می کنند تاکید کرده اند (کنجاکو منفرد & اردکانی، ۱۳۹۳). اما پرسشی که در این خصوص مطرح می گردد این است که خلاقیت و نوآوری جایگاه قابل قبولی در مدیریت دانش ایفا می کنند؟

بنا بر ضرورت امر و جهت پاسخ به پرسش مطرح شده، پژوهش حاضر در نظر دارد با استفاده از روش کتابخانه‌ای و مرور پژوهش‌های پیشین به بررسی جایگاه خلاقیت و نوآوری بر مدیریت دانش بپردازد. نتایج حاصل از این پژوهش می تواند منجر به شناخت جایگاه خلاقیت و نوآوری در مدیریت دانش، به منظور بها بخشیدن و در نظر داشتن آن در بهبود بخشیدن به عملکرد سازمانها در راستای اهداف سازمانی، گردد.

### تعاریف نظری و عملیاتی پژوهش

دانش

<sup>8</sup> Danport

افلاطون در سال ۱۹۵۳ برای اولین بار، مفهوم دانش را باورحقیقی اثبات شده تعریف نمود (انواری رستمی & شهانی، ۳-۱۸). دانش، ترکیبی از تجربیات، ارزشها، اطلاعات و نگرش ها است (سروش، ۱۳۸۷) که شامل مجموعه ای از حقایق و قواعد تجربی است و ممکن است در نتیجه سالها تجربه کاری بدست آید (ملکیان، ۱۳۸۶)، افکار و پندارها، فهم و درسهای آموخته شده در طول زمان (جعفری مقدم، بدون تاریخ)، ترکیبی سیال از تجارب، ارزش ها، اطلاعات زمینه ای و دانش تخصصی که به صورت منسجم و یکپارچه چارچوبی را برای ارزیابی و کسب اطلاعات جدید، فراهم می آورد (الوانی، ناطق، & فراچی، ۱۳۸۶). دانش، نیاز اصلی انسان است، اطلاعات تبدیل شده به قابلیت های لازم برای اقدام موثر است که اغلب سرمایه معنوی یک سازمان نامیده می شود و شامل پیام هایی است که بنحوی ترتیب یافته اند که مبنایی برای حل مسایل فراهم می کنند و درباره رویدادهای حل نشده راه حل آرایه می کنند (رضا & متولی حبیبی، ۱۳۸۵). دراکر<sup>۹</sup>، دانش را چیزی غیر از سرمایه و نیروی انسانی بلکه به عنوان منبعی معنادار و سرمایه ای فکری در جامعه دانشی امروز می داند که سازمان ها برای تبدیل آن به یک کالای سرمایه ای باید در جهت ایجاد تعادل میان فعالیت های مدیریت دانش بکوشند (میر غفوری، فرهنگ نژاد، & صادقی آرائی، ۱۳۸۹). برخی مطالعات استدلال می کنند که دانش قابل اندازه گیری نیست، بلکه فعالیت ها یا نتایج مرتبط با اعمال دانش است که قابل اندازه گیری است. با این حال، دانش عاملی حیاتی در رقابت پذیری سازمان است (chen, Huanag, & cheng, 2009).

مزیت رقابتی یک سازمان بیش از هر چیز به دانش آن بستگی دارد (رضا & متولی حبیبی، ۱۳۸۵). استفاده بیشتر از دانش همواره جام مقدس سازمان است (Sultan, 2013). دانش و مخصوصا زیاده روی در آن شرایط پیچیده ای را ایجاد میکند که نیاز است برای اینکه شرکت ها ماندگار و موفق بمانند به تعادل برسند. پیچیدگی دانش مساله ای نیست که نیاز باشد آن را حل کرد بلکه خود میتوانند راه حلی برای مشکل اصلی و حقیقی باشد (Chournazidis, 2013).

در یک تقسیم بندی از دانش، دو نوع دانش را در سازمان شناسایی می نمایند که شامل دانش آشکار و دانش ضمنی است. دانش آشکار، دانشی عینی، مستدل و منطقی است که به زبان رسمی در اسناد یا پایگاه های اطلاعاتی ذخیره شده و به راحتی قابل توزیع بین دیگران می باشد در حالی که دانش ضمنی، دانشی ذهنی و تجربی است که در طول زمان از طریق آموزش، تجربه و فرآیندهای فردی داخلی کسب شده و در وجود شخص ذخیره می شود لذا غیر ملموس بوده و مستندسازی و انتقال آن به دیگران دشوار است (میر غفوری، فرهنگ نژاد، & صادقی آرائی، ۱۳۸۹).

---

<sup>9</sup> Draker

## مدیریت دانش

مدیریت دانش، مفهوم جدیدی نیست و سابقه آن به تاریخ مشاغل ارتباط دارد. می توان ادعا کرد که رد پای منشا و تکامل مدیریت دانش به هزاره سوم قبل از میلاد و دوران ظهور اصطلاح مدیریت دانش، به قرن بیستم برمی گردد (انواری رستمی & شهانی، ۱۸-۳).

مدیریت دانش، مجموعه ای از فعالیت های نظام مند سازمانی (سلاجقه، پور رشیدی، & موسایی، ۱۳۹۲)، پیرانگیختن افراد به تسهیم دانش خود با دیگران (جعفری مقدم، بدون تاریخ)، تلاش استراتژیک سازمان جهت فرآیند خلق ارزش ها از دارائی نامحسوس سازمان، یک دیدگاه برنامه ریزی شده (حجازی، نورزاده، & محمدی نژاد، ۱۳۹۲)، یک مدل کسب و کار نظام یافته داخلی (محمد لو، ۱۳۸۳) و یک مدل تجاری میان رشته ای است (یوسفی، فیضی، & سلیمانی، بررسی میزان تاثیر مدیریت دانش بر نوآوری (در میان مدیران و کارکنان شرکت های فناور مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه ارومیه)، ۱۳۹۰)، روند تبدیل اطلاعات و سرمایه های فکری به ارزش ماندگار است (ارشاد & منجم زاده، ۱۳۸۷). در واقع تلاشی برای آشکار کردن دارایی های پنهان در ذهن اعضاء و تبدیل آن ها به دارایی سازمانی، به منظور دسترسی تمامی کارکنان به آن می باشد (میر غفوری، فرهنگ نژاد، & صادقی آرائی، ۱۳۸۹)، بطوریکه مجموعه وسیعی از افراد که در، تصمیم گیری های شرکت دخیل هستند به این ثروت دسترسی داشته و بتوانند از آن استفاده کنند (انواری رستمی & شهانی، ۱۸-۳). فرایندی که طی آن سازمان به تولید، بدست آوری، تسخیر و به کار گیری دانش برای ارتقای بهره وری سازمان می پردازد، (اخوان، اولیایی، دسترنج ممقانی، & ثقفی، ۱۳۸۹) و هر جایی که وجود داشته باشد برای افزایش یادگیری و عملکرد در سازمانهاست (نوروزیان، ۱۳۸۵). عادات معمول و عملیات، سازمانی را تغییر داده است (Chang, Hung, Yen, & Tseng, 2009) و به سرعت در حال تبدیل شدن به یکی از گرایش های بزرگ در آینده است (Drew, 1999). مبتنی بر اصلی است که طبق این اصل تقسیم بندی دانش منجر به افزایش آن میشود (Chournazidis, 2013). سازمان دادن برای دانستن و نگرشی بر پایه نقش هسته ای دانش در سازمانهاست. ابتکاری تازه برای تبدیل الگوی نظام های اطلاعاتی از رویکرد پردازش داده و ارائه اطلاعات به رویکرد گردآوری و استفاده از دانش در سازمانها است (رجب پور میبیدی، بدون تاریخ).

مدیریت دانش، را میتوان گردآوری دانش، قابلیت های عقلانی و تجربیات افراد یک سازمان و ایجاد قابلیت بازیابی برای آنها به عنوان یک سرمایه سازمانی تعریف نمود. فرایندی که به سازمانها در کشف، انتخاب، سازماندهی، انتشار (وظیفه دوست، فروغ نژاد، & خوشنود، ۱۳۹۳)، تلخیص، ارائه (هوشمند، میر افضل، & رضایی نور، ۱۳۹۲) و انتقال اطلاعات مهم و تجارب ضروری

برای فعالیت‌هایی از قبیل حل مسئله، یادگیری پویا، برنامه ریزی استراتژی و تصمیم‌گیری (وظیفه دوست، فروغ نژاد، & خوشنود، ۱۳۹۳) به گونه‌ای که شناخت افراد را در حوزه مورد علاقه‌شان بهبود ببخشد (هوشمند، میر افضل، & رضایی نور، ۱۳۹۲). فعالیتی است که به اتخاذ استراتژی و تدابیری برای مدیریت سرمایه‌های فکری انسان محور معطوف است (حسینقلی زاده، ۱۳۸۷). دیدگاهی برای اضافه کردن یا ایجاد ارزش توسط نفوذ موثر بر دانش و تخصص موجود در اذهان افراد می‌باشد. (احمدوند & ابوالحسنی رنجبر، ۱۳۹۳) همچنین باعث برانگیختن افراد به تسهیم دانش خود با دیگران، کسب دانش درست برای افراد مناسب در زمان صحیح و مکان مناسب، به گونه‌ای که آنان بتوانند برای دست‌یابی به اهداف سازمان بهترین استفاده را از دانش ببرند (رادفر، رضایی ملک، & رضایی ملک، ۱۳۹۳). و داده‌ها و اطلاعات موجود در سازمان را به دانشی ارزشمند تبدیل می‌نماید (سلاجقه، پور رشیدی، & موسایی، ۱۳۹۲). از نظرات کارشناسان برای افزایش نوآوری، پاسخگویی، بهره‌وری و قابلیت یک سازمان استفاده می‌کند (اخوان صراف، کافی، & گل کویی، ۱۳۸۷).

مدیریت دانش از فرایندهای مختلفی تشکیل شده است که در مجموع و در کنار یکدیگر کلیت و ویژگی‌های دانش سازمان را شکل می‌دهند (محمدی مقدم، الوانی، & حبیبی بدر آبادی، ۱۳۹۱). سازمانهای موفق در مدیریت دانش، دانش را یک سرمایه سازمانی دانسته و ارزش‌ها و قوانین سازمانی را برای پشتیبانی از تولید و اشتراک دانش توسعه می‌دهند (رادفر، رضایی ملک، & رضایی ملک، ۱۳۹۳). بدست آوردن/ذخیره و توزیع دانش سبب میشود که کارکنان سازمان هوشمندتر کار کرده و از دوباره کاری جلوگیری کنند و محصولات تری خلاقانه تر تولید نمایند که نیاز مشتریان را بهتر برآورده کنند، بنابراین به عنوان یک متدولوژی تغییر در سازمان در نظر گرفته می‌شود (حجازی، نورزاده، & محمدی نژاد، ۱۳۹۲).

مدیریت دانش را می‌توان استراتژی آگاهانه برای کسب دانش مناسب، از افراد مناسب در زمان مناسب و کمک به افراد در تسهیم و به کارگیری اطلاعات در مسیر بهبود عملکرد سازمانی تعریف کرد. این فرآیند امکان دستیابی به تجربیات، دانش و تخصصی را فراهم می‌کند که منجر به ایجاد توانایی‌های جدید، بهبود عملکرد، تشویق به نوآوری و ارزش آفرینی برای مشتریان گردد (میر غفوری، فرهنگ نژاد، & صادقی آرائی، ۱۳۸۹).

برای کسب مدیریت دانش موثر، ضروری است سنجش عملکرد مدیریت دانش ممکن باشد (chen, Huanag, & cheng, 2009). مدیریت آگاهی (اطلاعات)، مدیریت دانش توجه عمده‌ای از محققان و کارورزان را بعنوان تسهیل‌گر به عملکرد (اجرای) شرکت معطوف نموده است (Tin-Chang & Shu-Hui, 2011). مدیریت دانش پروژه به عنوان حیطة‌ای با اهمیت روز افزون برای محققان و سازمانها در نظر گرفته می‌شود (Johansson, Moehler, & Vahidi, 2013).



## خلاقیت، نوآوری و نوآوری سازمان

مفهوم خلاقیت چند بُعدی و کثیرالوجه است (صادقی مال امیری & رئیسی، ۱۳۸۹) شکل عالی تر حل مسئله با استفاده از راه کارهای جدید و بدیع می باشد. (تسبیح سازان، ۱۳۸۰)، به عنوان یکی از توانایی های ذهن انسان نقش عمده ای در نوآوری و حل مشکلات بشری بر عهده دارد، بررسی جنبه های مختلف آن یکی از اولویت های پژوهشی جهان حاضر به شمار می رود. یکی از برجسته ترین توانایی های شناختی و یکی از زیباترین جلوه های تفکر واگر است، این خصوصیات انسانی نقش بسیار عمده ای در نوآوری و حل مشکلات بشری بر عهده دارد. فرایندهای خلاقیت نه غیر عقلانی بلکه فوق عقلانی هستند، که فعالیتهای فکری، ارادی و عاطفی را گردهم آورده و به تحرک و حرکت می دارند خلاقیت قریحه ای همگانی است (الله کرمی & علی آبادی، ۱۳۹۱)، اگر خلاقیت سرکوب شود، راه ایده‌های تازه بسته و در نتیجه سازمانها از دستیابی به توسعه باز خواهند ماند (صادقی مال امیری & رئیسی، ۱۳۸۹).

خلاقیت، همواره مفهومی اسرار آمیز، وسیع و بسیار پیچیده بوده است. تحقیق در مورد خلاقیت و عناصر تشکیل دهنده آن، بیش از یک قرن پیش توسط دانشمندان علوم اجتماعی شروع شد؛ ولی انگیزه اساسی برای پژوهش بیشتر در سال ۱۹۵۰ توسط گیلفورد<sup>۱۰</sup> ایجاد گردید. گیلفورد خلاقیت را با تفکر واگرا (دست یافتن به رهیافت های جدید برای حل مسائل) در مقابل تفکر همگرا (دست یافتن به پاسخ صحیح) مترادف می دانست (علیرضایی & تولایی، ۱۳۸۷).

از سوی دیگر، نوآوری دارای اهمیت بسیاری برای شرکت ها و سازمانها است زیرا می تواند مزیت رقابتی پایدار را برای آنها فراهم کند. (یوسفی، فیضی، & سلیمانی، بررسی میزان تاثیر مدیریت دانش بر نوآوری (در میان مدیران و کارکنان شرکت های فناوری مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه ارومیه)، ۱۳۹۰).

نوآوری یعنی پذیرش و کاربرد روش ها و دانش جدید. هر نوع تفکر، رفتار یا چیزی که به طور کیفی نسبت به اشکال موجود، جدید است و تازگی دارد. یک منبع غیر قابل لمس که غیر قابل تقلید نیز می باشد. (یوسفی، فیضی، & سلیمانی، بررسی میزان تاثیر مدیریت دانش بر نوآوری (در میان مدیران و کارکنان شرکت های فناوری مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه ارومیه)، ۱۳۹۰). فرآیندی است که از طریق توسعه روش های جدید داد و ستد و ایجاد راهکارها، راه حل ها، محصولات و خدمات نو، ارزش افزوده و درجه ای از تازگی را برای سازمان، عرضه کنندگان و مشتریان فراهم می آورد. (وظیفه دوست، فروغ نژاد، & خوشنود، ۱۳۹۳) بیشتر بر انجام کارهای درست متمرکز است تا انجام درست کارها. نقش جدیدی نیست بلکه دنبال بسیاری از

---

<sup>10</sup> Guilford

نقش هایی است که تکنولوژی اطلاعات در گذشته ایفا کرده است. (رضا & متولی حبیبی, ۱۳۸۵) در بازارهای بسیار رقابت جویانه امروزه تأکید به نوآوری سریع و مستمر مشهود است (Williamson, Lounsbury, & Han, 2013) و همه به یک شیوه مشابه موفق نشده اند (Truong, 2013).

هم مدیران و هم سیاست گذاران مسئولیت نوآوری در شرکت ها و سطح کشور، در شناخت تاثیر استراتژیهای مختلف مشوق نوآوری ها، علاقه مند هستند (Meta & Woerter, 2013). زیرا بر خلاف تقلید، شرکت ها را به معرفی محصولات جدید و پیشتاز شدن در بازارها بر می انگیزد (Julia, Jime'nez-Jime'nez, & Sanz-Valle, 2011). نقطه‌ی شروع کاملاً قابل قبول در نوآوری این است که ایجاد نظریات باید سازماندهی شده و با مدیریت ارشد سازمان آغاز شود (Nijhof, 2002) Krabbendam, & Looise, 2002 مطالعات پیشین خط مقدم را به عنوان دشوارترین و نا به سامانترین فاز فرایند نوآوری در نظر می گرفتند، اما خط مقدم عالیترین فرصت ها را نیز برای بهبود قابلیت کلی نوآوری در یک شرکت فراهم می آورد (Artto, Kulvik, Poskela, & Turkulainen, 2011).

نوآوری را می توان به شش دسته تقسیم کرد: (۱) آنچه برای دنیا جدید است. (۲) محصولات جدید برای موسسه (۳) اضافه نمودن به خطوط فعلی محصول (۴) بهبود یا اصلاح خطوط فعلی محصول (۵) کاهش هزینه محصولات فعلی (۶) موضع یابی محصولات فعلی. "آنچه برای دنیا جدید است" در زمره نوآوریهای بنیادی دسته بندی شده در حالی که سایر دسته ها، نوآوری تدریجی (گام به گام) محسوب می شود (وظیفه دوست, فروغ نژاد, & خوشنود, ۱۳۹۳).

خلاقیت و نوآوری لازمه و پیش درآمد توسعه و پیشرفت و تعالی یک سازمان و جامعه است. نوآوری معمولاً یک کار گروهی است (دانشور & زارعی, بدون تاریخ).

نوآوری سازمانی تمایل یک سازمان به توسعه محصولات و خدمات پیشرفته و جدید و آرایه آنها به بازار برای کسب موفقیت است. کلید موفقیت یا شکست سازمان است. (احمدیان, شکاری حمیده, & افشاری, ۱۳۹۰) به عنوان یک ساز و کار لازم جهت ارائه تکنولوژی های جدید، یا به عنوان پیشایندهای موفقیت نوآوری محصول یا فرایند فنی شناسایی گردیده است. (رضوانی & طغرای, ۱۳۹۰) ارائه هر محصول، فرایند یا سیستم جدید در یک سازمان است (سنجقی, فرهی بوزنجانی, حسینی سرخوش, & حاجی شفیعی, ۱۳۹۰) تمام تصمیمات مدیریتی و اقداماتی است که ماهیت رابطه بین سازمان و کارکنان - منابع انسانی اش - را تحت تأثیر قرار می دهد (Schuler, 2000).

جدول ۱- نظر برخی از دانشمندان در ارتباط با نوآوری و نوآوری سازمانی

|  |                            |
|--|----------------------------|
| نوآوری موفق مستلزم کار سخت، متمرکز و هدفمند است. یک عامل اساسی در ایجاد رقابت در سطح جهانی که منجر به رشد سازمانی می شود. موفقیت آینده را در بر دارد و همانند موتور است که به شرکتها اجازه می دهد در اقتصاد جهانی از کارایی مستمر برخوردار شوند (غفاری آشتیانی & پیر محمدی، ۱۳۸۷). | راکر                       |
| بیش از نبوغ، مدیون سخت کوشی و فعالیت پی گیر است و همانند هر فعالیت عینی در کنار نبوغ و استعداد، نیازمند دانش، توجه و سخت کوشی همه ی دست اندرکاران می باشد (مهدی بیگی، کمالیان، & یعقوبی، ۱۳۹۲).  |                            |
| نوآوری، فعالیتی برای توسعه ایده، اجرا، واکنش و تغییر آن در صورت لزوم است (چوپانی، زارع خلیلی، قاسمی، & غلام زاده، ۱۳۹۱).   | واندی ون (۱۹۸۶)            |
| نوآوری، شناسایی و استفاده از فرصت های جدید جهت ایجاد محصولات، خدمات یا فعالیت های کاری جدید است (چوپانی، زارع خلیلی، قاسمی، & غلام زاده، ۱۳۹۱).  | سوبراماتیام و یوندت (۲۰۰۵) |
| در نگاهی کلی، نوآوری را نه تنها ابداع آگاهانه ی ایده های جدید، بلکه معرفی و به کار بردن این ایده ها نیز معرفی کرده اند (مهدی بیگی، کمالیان، & یعقوبی، ۱۳۹۲).   | جانسون و همکارانش (۲۰۰۴)   |
| نوآوری را ایجاد کسب و کار جدید با استفاده از یکی از موارد، مواد یا قطعات جدید، ارائه ی فرایند های جدید، ایجاد بازارهای جدید و بکار گیری شکل های سازمانی جدید تعریف می کند (مهدی بیگی، کمالیان، & یعقوبی، ۱۳۹۲).  | جوزف شومپتر                |
| نوآوری نیازمند تلاش دسته جمعی کلیه افراد و واحدهای درون سازمان است و سرمایه اجتماعی سازمانی نیز از طریق تسهیل کنش جمعی منجر به خلق نوآوری در سازمان می شود (رضوانی & طغرایبی، ۱۳۹۰).   | چمن، چانگ و هانگ (۲۰۰۸)    |
| نوآوری، به معنای ترک الگوهای قدیمی و مهم ترین قابلیت برای رشد و گسترش سازمان است. به زعم وی امروزه به طور فزاینده ای از نوآوری به عنوان یکی از عوامل اصلی حفظ مزیت رقابتی و موفقیت بلند مدت سازمان در بازارهای رقابتی یاد می شود (رضوانی & طغرایبی، ۱۳۹۰).                         | ژنگ (۲۰۰۸)                 |
| نوآوری، یکی از انگیزاننده های اصلی برای رشد اقتصادی و تولید ارزش است، خصوصا با مطرح شدن اقتصاد دانش بنیان، نوآوری عامل کلیدی موفقیت یا شکست سازمان ها در عرصه رقابت و همچنین منبع اصلی مزیت رقابتی تلقی می شود (رضوانی & طغرایبی، ۱۳۹۰).   | جاکوب و همکاران (۲۰۰۰)     |
| اولین فردی که نوآوری را در قالب مفهوم علمی مطرح کرد (احمدی & نصیری واحد، ۱۳۸۶).  | شوچینی                     |
| نوآوری راه شبکه ای از سازمانها برای تحقق تکنولوژی معرفی می نماید. (نسیمی، ۱۳۸۷).   | فریمن                      |
| نوآوری سازمانی را مشتمل بر تغییرات در ساختار و فرایندهای یک سازمان در راستای بکارگیری مفاهیم   | لو و چمن (۲۰۱۰)            |

|  |                            |
|--|----------------------------|
| جدید مدیریتی، کاری و عملیاتی مانند بکار گیری کارگروه های تخصصی در تولید، مدیریت زنجیره تامین یا سیستم های مدیریت کیفیت در نظر گرفته اند (رضوانی & طغرایبی، ۱۳۹۰).  |                            |
| در مطالعه خود نشان داد اهمیت نوآوری سازمانی برای رقابت پذیری به وسیله مطالعات جدیدی که به تحلیل تاثیر نوآوری سازمانی بر عملکرد بنگاه انجام گرفته، تایید شده است (رضوانی & طغرایبی، ۱۳۹۰).  | آرمبروستر (۲۰۰۸)           |
| نوآوری سازمانی مشتمل بر تغییرات در ساختار و فرایندهای یک سازمان جهت بکار گیری مفاهیم جدید مدیریتی، کاری و عملیاتی مانند بکار گیری گروه ها در تولید، مدیریت زنجیره تامین و سیستم های مدیریت کیفیت می باشد (رضوانی & طغرایبی، ۱۳۹۰). | آرمبروستر و همکاران (۲۰۰۸) |
| نوآوری سازمانی را به نوآوری محصول و نوآوری فرایند و همچنین نوآوری را به بهبود در محصولات موجود و توسعه محصولات جدید تقسیم می کند که مورد اول نوآوری تدریجی و دوم نوآوری بنیادین، نامیده می شود (رضوانی & طغرایبی، ۱۳۹۰).           | باکر، هوشی و ایتو (۲۰۰۵)   |
| نوآوری سازمانی به منزله کاربرد ایده هایی که برای شرکت جدیدند، تعریف شده است. خواه این جدید بودن در محصولات، فرایندها، نظام های مدیریتی و یا در فعالیت های بازاریابی نمایان باشند (رضوانی & طغرایبی، ۱۳۹۰).                         | باکر و همکاران (۲۰۰۵)      |

## پیشینه پژوهش

تاکنون مطالعات بسیاری در خصوص نوآوری و مدیریت دانش عنوان گردیده است از این رو مطالب ذکر شده، یافته هایی است که از منابعی با موضوعات مشابه جمع و بررسی گردیده است. از این میان می توان به مقاله کنجاو منفرد و اردکانی (۱۳۹۳) با نام "تحلیلی بر وضعیت ابعاد مدیریت دانش در نهادهای آموزش عالی و بررسی رابطه آن با نوآوری" اشاره نمود که رابطه میان دو بعد فرایندی و زیر ساختی مدیریت دانش با نوآوری، مورد بررسی قرار گرفته و به این نتیجه دست یافته اند که میان این دو بعد و نوآوری سازمانی رابطه ای معنا دار وجود دارد. (کنجاو منفرد & اردکانی، ۱۳۹۳). در پژوهش دهقان نجم (۱۳۸۸) با عنوان "مدیریت دانش و نقش آن در نوآوری سازمان" عنوان می گردد که مزیت رقابتی پایدار در نوآوری پنهان است. لذا سازمان باید جوی را به وجود آورد که تبادل آشکار دانش و نوآوری در آن مورد تأکید قرار گیرد به گونه ای که کارکنان تمایل بیشتری برای تبادل دانش نوین خود با یکدیگر و نیز کاربرد آن داشته باشند (دهقان نجم، ۱۳۸۸).

در پژوهش نیاز آبادی، بریمانی و حاجی قلیخانی (۱۳۹۰) با نام "بررسی نقش مدیریت دانش بر خلاقیت دبیران در مدارس متوسطه" این نتیجه حاصل گردید که بین مدیریت دانش و خلاقیت دبیران رابطه وجود دارد. (نیاز آذری، بریمانی، & حاجی

قلیخانی، ۱۳۹۰). دهقانی (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان "نقش مدیریت دانش در نوآوری سازمانها" عنوان داشته که یادگیری سازمانی و نوآوری سازمانی ارتباط مستقیمی با مدیریت دانش دارند. (دهقانی، ۱۳۹۳) و وظیفه دوست، فروغ نژاد و خوشنود (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان "تاثیر مدیریت دانش استراتژیک بر نوآوری و عملکرد شرکتهای کارگزاری بورس اوراق بهادار تهران" عنوان می نمایند که مدیریت دانش هم به طور مستقیم و هم به طور غیر مستقیم از طریق نوآوری بر روی عملکرد شرکت های کارگزاری بورس اوراق بهادار تهران اثر گذار است (وظیفه دوست، فروغ نژاد، & خوشنود، ۱۳۹۳).

در پژوهش احمدیان، شکاری، افشاری (۱۳۹۰) با نام "بررسی رابطه رکود دانش، یادگیری سازمانی و نوآوری سازمانی در مراکز آموزش عالی یزد" معلوم گردید همبستگی مثبت میان متغیرهای یادگیری سازمانی و نوآوری سازمانی وجود دارد. (احمدیان، شکاری، & افشاری، ۱۳۹۰)، همچنین در بررسی هادیزاده مقدم، قلیچ لی و محبی (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان "بررسی رابطه بین تسهیم دانش و نوآوری در سازمانهای خدمات مالی: بانک رفاه کارگران" بین تسهیم دانش و نوآوری در بانک رفاه کارگران رابطه مثبت و معناداری یافته شد که هر چه تسهیم دانش میان کارکنان بانک بیشتر باشد سطح نوآوری نیز بالاتر است. (هادیزاده مقدم، قلیچ لی، & محبی، ۱۳۹۲)، اردکانی، زنجیر چی و کنجکاو منفرد در مقاله خود با نام "بررسی نقش مدیریت دانش در افزایش نوآوری سازمانی" عنوان نمودند، مدیریت دانش نقش معنی داری را در نوآوری ایفا می کند. همچنین نتایج حاصل از مطالعه مبانی نظری و مصاحبه با خبرگان نشان داد مدیریت دانش می تواند از طریق پنج عامل باعث افزایش نوآوری سازمانی گردد که این عوامل عبارت اند از: تسهیم دانش ضمنی، ایجاد دانش صریح، افزایش همکاری، ادغام دانش و ایجاد فرهنگ مناسب (اردکانی، زنجیر چی، & کنجکاو منفرد، بدون تاریخ).

در پژوهش یوسفی، صادق فیضی و سلیمانی (۱۳۹۰) با نام "بررسی میزان تاثیر مدیریت دانش بر نوآوری (در میان مدیران و کارکنان شرکت های فناور مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه ارومیه)" بین مدیریت دانش و نوآوری، همبستگی مثبت و رابطه معنا داری دیده شده است. (یوسفی، صادق فیضی، & سلیمانی، بررسی میزان تأثیر مدیریت دانش بر نوآوری (در میان مدیران و کارکنان های فناور مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه ارومیه)، ۱۳۹۰) و در پژوهش برومند و رنجبری (۱۳۸۸) با نام "اقدامات راهبردی مدیریت منابع انسانی و عملکرد نوآوری: با تاکید بر نقش مدیریت دانش" به بررسی نقش ظرفیت مدیریت دانش در رابطه با اقدامات راهبردی منابع انسانی و عملکرد نوآوری توجه گردیده است و به طور مثبتی ظرفیت مدیریت دانش با عملکرد نوآوری مرتبط است (برومند & رنجبری، ۱۳۸۸).

**مدیریت دانش و نوآوری سازمان**

از آغاز دهه ۱۹۹۰ بحث مدیریت دانش در دنیای کسب و کار مطرح گردید. نوین گرایی و پیشرفت های اخیر در عرصه فن آوری اطلاعات، نقش مهمی در ظهور شتاب آمیز مدیریت دانش داشته است (رضا & متولی حبیبی، ۱۳۸۵) همچنین، اساسی ترین مشخصه سازمانهای هوشمند قرن بیست و یکم، تاکید بر دانش و اطلاعات است (یوسفی، فیضی، & سلیمانی، بررسی میزان تاثیر مدیریت دانش بر نوآوری (در میان مدیران و کارکنان شرکت های فناور مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه ارومیه)، ۱۳۹۰). دانش به عنوان اساس و مهم ترین عامل رقابت مطرح شده است و در کنار دانش، نوآوری نیز به عنوان مهم ترین عامل جهت بقای شرکت های دانش بنیان عنوان گردیده است. فرایند دانش آفرینی، همان تولید دانش و در نهایت تبدیل آن به محصولات و خدمات از طریق مفهوم نوآوری است (یوسفی، فیضی، & سلیمانی، ۱۳۹۰).

مدیریت دانش نیز کوششی هماهنگ برای تصرف دانش میان یک سازمان و برجسته کردن در حافظه جمعی سازمانی برای بهبود تصمیم گیری، افزایش بهره وری و نوآوری است (رجب بیگی & پرتوی، بدون تاریخ). یک فرایند مهم مدیریت دانش، انتقال دانش به مکانهایی در سازمان است که دانش مورد نیاز و همچنین قابل استفاده است. (بحر العلوم، ۱۳۸۶) مدیریت دانش، فرایند خلق، ذخیره، سازماندهی و بکارگیری دانش، با هدف استفاده از خاصیت اهرمی خرد جمعی جهت افزایش و بهبود پاسخگویی و نوآوری می باشد (وظیفه دوست، فروغ نژاد، & خوشنود، ۱۳۹۳).

مدیریت مؤثر دانش، انتقال و مبادله دانش مورد نیاز در فرایند نوآوری را تسهیل می کند و عملکرد نوآوری را از طریق ایجاد و توسعه بینش و قابلیت ها یا ظرفیت های جدید افزایش می دهد. بنابراین، ظرفیت مدیریت دانش نقش مهمی را در حمایت و تسریع نوآوری ایفا می کند. (برومند & رنجیری، اقدامات راهبردی مدیریت منابع انسانی و عملکرد نوآوری: با تاکید بر نقش مدیریت دانش، ۱۳۸۸). در ادبیات مرتبط با نوآوری، دانش به عنوان یکی از مهم ترین اجزای فرایند خلق نوآوری مطرح گردیده است و اهمیت مدیریت دانش و رابطه آن با نوآوری به طور گسترده ای تایید شده است. (یوسفی، فیضی، & سلیمانی، ۱۳۹۰).

هدف مدیریت دانش، انسجام دانش درونی و خارجی، در همه زمانها با هدف تطابق با تغییرات محیطی هم در داخل و هم در خارج از سازمان برای حل مسائل موجود و ایجاد نوآوری برای توسعه شرکت است (ابراهیم زاده، ۱۳۹۴).

هدف ما از نوآوری عبارت است از: جستجو و کشف، آزمایش و توسعه فن آوری های جدید، محصولات / خدمات جدید، هزینه های تولید جدید و ساختارهای سازمانی جدید نوآوری پیاده سازی ایده های نو و جدید است. فرایند نوآوری وابستگی شدیدی به دانش دارد به خصوص دانش نهان. خلق دانش یک نیاز اصلی برای نوآوری و رقابت است. مدیریت دانش کارآمد یکی

از عوامل موفقیت در موقعیت‌های بحرانی است. یکی از منافع‌های سازمان از مدیریت دانش می‌تواند کسب کند افزایش خلاقیت و نوآوری در محصولات و خدمات است. در واقع منجر به تولید افکار خلاق و نوآوری می‌گردد (وظیفه دوست، فروغ نژاد، & خوشنود، ۱۳۹۳).

ارتباط بین مدیریت دانش با نوآوری از نظر شهودی بدیهی به نظر می‌رسد. پژوهش‌های کاربردی محدودی در این رابطه صورت گرفته است. در نتیجه شواهد اندکی موجود است تا بتواند چنین رابطه‌ای را توجیه نماید. چرا که برای اینکه نوآوری رخ دهد در ابتدا لازم است که مدیران در ارتباط با دانش لازم در خصوص عوامل داخلی و خارجی که موسسه را تحت تاثیر قرار می‌دهند، آگاهی داشته باشند. (وظیفه دوست، فروغ نژاد، & خوشنود، ۱۳۹۳)

یانگ<sup>۱۱</sup> (۲۰۰۵) به این نتیجه رسید که یکپارچه سازی دانش و نوآوری دانش عملکرد را در مورد محصولات جدید افزایش می‌دهد. بروکمن و مرگان<sup>۱۲</sup> (۲۰۰۳) عنوان کردند که مدیریت دانش می‌تواند عملکرد و نوآوری را در محصولات جدید ارتقا بخشد. با مراجعه به نظریات گلویت و ترزیوسکی<sup>۱۳</sup> (۲۰۰۴) بین رویکرد انسانی مدیریت دانش و نوآوری رابطه، قوی و مثبتی وجود دارد ولی بین مدیریت دانش مبتنی بر فناوری اطلاعات و نوآوری رابطه مثبتی وجود ندارد. کاردی و گیلبرت<sup>۱۴</sup> (۱۹۹۶) به این نتیجه رسیدند که کاربرد مدیریت دانش نوآوری را در سازمان‌ها تشویق می‌نماید. لین و لی<sup>۱۵</sup> (۲۰۰۵) نوآوری و مدیریت دانش را از جنبه کسب و کار مورد بررسی قرار دادند و به تاثیر مثبت کاربرد مدیریت دانش بر نوآوری پی بردند (یوسفی، فیضی، & سلیمانی، ۱۳۹۰).

به طور کلی، نقشی که مدیریت دانش در نوآوری ایفا می‌کند به موارد زیر تقسیم می‌گردد: (اردکانی، زنجیر چی، & کنجاو منفرد، بدون تاریخ)

- کمک به تسهیم و تدوین دانش ضمنی در سازمان
- ایجاد یک فرهنگ مفید و ارزشمند برای ایجاد و تسهیم دانش و همچنین ایجاد فرهنگ همکاری در سازمان‌ها
- کمک به افزایش همکاری
- مدیریت کردن فعالیت‌های متنوع چرخه حیات مدیریت دانش که شامل زمانبندی، ایجاد، گردآوری و تسهیم دانش

<sup>11</sup> Yang

<sup>12</sup> Brockman & Morgan

<sup>13</sup> Gloet & Terziowski

<sup>14</sup> Gilbert & Cordey

<sup>15</sup> Lin & Lee

• ارتباط با دانش صریح. نوآوری فرآیندی است که دانش موجود را با روش های جدیدی دوباره ترکیب می کند

باید در نظر داشت، بقای سازمان و رقابت پذیری و تاثیرگذاری در دنیای رقابتی و پیچیده داخلی و بین المللی امروز منوط به خلاقیت و نوآوری همگانی بوده و همه نیروها باید در جهت ایجاد نوآوری و خلاقیت در سازمان فعالیت نمایند. برای ایجاد و

تداوم نوآوری و شکوفایی در سازمان بایستی عادت به تفکر را در کارکنان و مدیران ایجاد کرد؛ چراکه خلاقیت با تفکر به وجود می آید (علیرضایی & تولایی، ۱۳۸۷)

### نتیجه گیری

می توان خلاقیت و نوآوری را از جمله محرکهای اصلی جهت ایجاد و تغییرات در سازمانها دانست که این تغییرات به وجود آمده در سازمانها باعث و اساس تحولات بسیار گسترده در سازمانها میباشند. ذکر این نکته ضروری است که چنانچه نوآوری باعث بهبود در روند و عملکرد سازمان گردد باعث ایجاد مزیت رقابتی در سازمانها نیز می شود. از سویی دیگر مدیریت دانش، یک عامل مهم و تاثیر گذار در سازمانهای است که باعث تسهیم، انتقال، نوین گرایی، پیشرفت و بهبود در دانش موجود در سازمانها می گردد و همچنین باعث ایجاد هماهنگی در راستای تصرف دانش میان یک سازمان و ارزشمند ساختن آن در حافظه جمعی سازمانی برای بهبود بخشی در تصمیم گیری ها، افزایش بهره وری و نوآوری در سازمانها می باشد. از جمله منافع که سازمانها می توانند از مدیریت دانش بدست آورند افزایش خلاقیت و نوآوری در محصولات و خدمات شان می باشد زیرا مدیریت دانش به نوعی منجر به تولید افکار خلاق و ایجاد نوآوری می گردد که خلاقیت و نوآوری برای باقی ماندن و رقابت پذیر بودن در جامعه بسیار پویا و تغییر پذیر امروزی بسیار ضروری و حیاتی است و از جمله مواردی بسیار مهم، ارزشمند و تاثیر گذار می باشد که توجه ویژه و سرمایه گذاری مدیریت را برای موفقیت و پیروزی طلب می نماید.

در این راستا و با توجه به یافته های پژوهش حاضر، به منظور افزایش خلاقیت و نوآوری و در نظر داشتن جایگاه خلاقیت و نوآوری سازمانها در مدیریت دانش، پیشنهادات زیر مطرح میگردد:

- بها بخشیدن و حامی بودن مدیریت ارشد و مدیران از ایده های خلاقانه ی کارکنان سازمان .
- ایجاد کمیته و گروهی جهت دریافت نظرات، بررسی و اعمال نظر.
- آموزش دوره ای کارکنان با مفاهیم خلاقیت، نوآوری ، مدیریت دانش.
- نمایش و آگاهی بخشیدن به کارکنان در راستای سازمانهایی که در این راستا موفقیت کسب نموده اند.



- ایجاد و فراهم سازی امکانات مورد نیاز
- توضیح و تشریح نمودن ارزش وجود ایده های نو و خلاق برای کارکنان
- ترغیب کارکنان در راستای طرح ایده های خلاقانه و مدیریت دانش با برنامه های تشویقی مانند پاداش دادن.
- عنوان داشتن ایده های نوآورانه مفید و سودمند همکاران برای عموم افراد شاغل در سازمان مانند چاپ در نشریه داخلی سازمان
- در جریان قرار دان افراد از روند بررسی های صورت گرفته در جهت ایده های عنوانی و نتایج به وجود آمده

## منابع

- ابراهیم زاده، ر. (1394). بررسی تاثیر مدیریت دانش بر سازمان یادگیرنده. سومین کنفرانس بین المللی مدیریت. 1-16,
- ابطحی نژاد، ع. (1388). مدیریت دانش. حسابر، شماره 46، 40-46.
- ابطحی، س & ،صلواتی، ع. بدون تاریخ. (مدیریت دانش در سازمانهای دولتی. مجله مدیریت صنعتی دانشکده علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج. 67-78 ,
- احمدوند، م & ،ابوالحسنی رنجبر، ا. (1393). مدیریت دانش و نقش آن در ارتقاء سرمایه اجتماعی سازمان. کنفرانس مدیریت چالشها و راهکارها. 1-11 ,
- احمدی، پ & ،نصیری واحد، ن. (1386). ارتباط استراتژیک موثر بر نوآوری سازمانی. تدبیر، شماره. 42-38، 186
- احمدیان، س، ،شکاری حمیده & ،افشاری، م. (1390). بررسی رابطه رکود دانش، یادگیری سازمانی و نوآوری سازمانی در مراکز آموزش عالی یزد. مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره نهم، شماره دوم. 131-154 ,
- احمدیان، ع، ،شکاری، ح & ،افشاری، م. (1390). بررسی رابطه رکود دانش، یادگیری سازمانی و نوآوری سازمانی در مراکز آموزش عالی یزد. مدیریت فرهنگ سازمانی دوره نهم، شماره دوم. 131-154 ,
- اخوان صراف، ا، ،کافی، ف & ،گل کویی، آ. (1387). مدیریت دانش در شرکتهای مشاوره مدیریت. تدبیر، شماره. 40-36، 194
- اخوان، پ، ،اولیایی، ا، ،دسترنج ممقانی، ن & ،ثقفی، ف. (1389). توسعه فرایند های چرخه مدیریت دانش مبتنی بر عوامل موثر بر موفقیت مدیریت دانش. فصلنامه علمی-پژوهشی سیاست علم و فناوری، سال سوم، شماره. 11-1، 2
- اردکانی، س، ،زنجیر چی، م & ،کنجکاو منفرد، ا. بدون تاریخ. (بررسی نقش مدیریت دانش در افزایش نوآوری سازمانی. 1-15 .
- ارشاد، ف & ،منجم زاده، ر. (1387). کاربرد مدیریت دانش در آموزش عالی. مقالات، سال نوزدهم، شماره. 51-45، 133-134
- اقدامات راهبردی مدیریت منابع انسانی و عملکرد نوآوری: با تاکید بر نقش مدیریت دانش. (1388). دو ماهنامه توسعه انسانی پلیس، سال ششم، شماره. 42-54 , 24
- الله کرمی، آ & ،علی آبادی، ع. (1391). نقش خلاقیت در پیش بینی تفکر انتقادی و شادکامی. ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره دوم، شماره. 69-49، 2

- الوانی، م، مناطق، ت &، فراحی، م. (1386). نقش سرمایه اجتماعی در توسعه مدیریت دانش سازمانی. فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال دوم، شماره 5، 35-69.
- انصاری رنانی، بق &، قاسمی نامقی، م. (1388). ارزیابی اثر مدیریت دانش در خلق استراتژی رقابتی تمایز از مجرای زنجیره ارزش فعالیت های سازمان. پژوهش نامه مدیریت تحول سال اول، شماره 20-1، 2.
- انواری رستمی، رع &، شهانی، رب. (3-18). مدیریت فناوری اطلاعات، دوره 1، شماره 1388. 2.
- بحر العلوم، (1386). رهبری و فرهنگ، زیر ساختهای مدیریت دانش. 72-80.
- برومند، م &، رنجبری، م. (1388). اقدامات راهبردی مدیریت منابع انسانی و عملکرد نوآوری: با تاکید بر نقش مدیریت دانش. دو ماهنامه توسعه انسانی پلیس، سال ششم، شماره 43، 41-54.
- برومند، م. & رنجبری، م. (1388). اقدامات راهبردی مدیریت منابع انسانی و عملکرد نوآوری: با تاکید بر نقش مدیریت دانش. دو ماهنامه توسعه انسانی پلیس، 6(24).
- بهرامی، رس، رجایی پور، رس، آقا حسینی، ت، بختیار نصر آبادی، ح &، یار محمدیان، م. (1390). تحلیل روابط چند گانه سرمایه فکری و نوآوری سازمانی در آموزش عالی. فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، شماره 50-27، 61.
- پاشازاده، ی &، گوهری، رع. (1391). بررسی تاثیر بلوغ مدیریت دانش بر میزان کیفیت خدمات و نوآوری. پنجمین کنفرانس مدیریت دانش، 1-13.
- تسبیح سازان، ر. (1380). روان شناسی رشد خلاقیت و ارتباط آن با شخصیت و هوش. رهیافت، شماره بیست و ششم، 28-1.
- جعفری مقدم، س. بدون تاریخ. (مدیریت دانش در نظام مدیریت مدرسه محور. فصلنامه مدیریت در آموزش و پرورش شماره 35-5، 36، 27.
- چوپانی، ح، زارع خلیلی، م، قاسمی، ع، & غلام زاده، ح. (1391). بررسی رابطه بین سرمایه فکری با نوآوری سازمانی (مطالعه موردی: شرکت سهامی بیمه توسعه). ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره دوم، شماره 10، 27-58.
- حجازی، را، نورزاده، ر &، محمدی نژاد، رب. (1392). بررسی وضعیت موجود مدیریت دانش معاونت آموزشی و پژوهشی وزارت علوم تحقیقات و فناوری اطلاعات و ارائه راه مارهای ارتقای آن. فصلنامه علمی پژوهشی دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، سال دوم، شماره پنجم، 53-71.
- حسینقلی زاده، ر. (1387). نقشه مفهومی مدیریت دانش استراتژی تبدیل دانش فردی به دانش سازمانی. تدبیر، شماره 19-14، 195.
- خوش سیما، رغ، ابراهیمی نژاد، م &، فلاح لاجیمی، ح. بدون تاریخ. (بررسی ارتباط بین فرایندهای مدیریت دانش و اثر بخشی مدیریت دانش. فصلنامه مدیریت صنعتی، شماره 46-25، 10.
- دانشور، م &، زارعی، ح. بدون تاریخ. (نقش مدیریت دانش در خلاقیت و نوآوری در سازمان ها با تکیه بر تحقیق و توسعه. مرجه مهندسی عمران، 18-1.

دهقان نجم، م. (1388). مدیریت دانش و نقش آن در نوآوری سازمانی. ماهنامه مهندسی خودرو و صنایع وابسته، شماره 10، سال اول، 47-52.

دهقانی ح. (1393). نقش مدیریت دانش در نوآوری سازمانها. فصلنامه رشد فناوری، سال دهم، شماره 39، 44-52.

رادفر، ر.، رضایی ملک، ن. & رضایی ملک، م. (1393). ارزیابی میزان بهبود عملگرهای مالی سازمان با پیاده سازی سیستم مدیریت دانش. فصلنامه علمی-پژوهشی حسابداری مدیریت، سال هفتم، شماره بیست و یکم، 33-46.

رجب بیگی، م.، & پرتوی، ب. (بدون تاریخ). چالش های مدیریت منابع انسانی در بخش دولتی ایران. مجموعه مقالات سومین کنفرانس توسعه منابع انسانی، ۳۲-۵۱.

رجب پور میبیدی، ع. (بدون تاریخ). (مدیریت دانش و بررسی امکان پیاده سازی آن در صنعت بیمه ایران. بیمه و توسعه، سال چهارم، شماره 16، 5-11.

رضا، و. &، متولی حبیبی، م. (1385). نگاهی دانش مدار به مدیریت دانش. مدیریت، شماره 11-16، 113-114.

رضوانی، م. &، طغرابی، م. (1390). نقش آفرینی سرمایه اجتماعی سازمانی در گرایش به نوآوری سازمانی در شرکت های دانش بنیان (مورد مطالعه: شرکت های مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران). پژوهش نامه مدیریت تحول، سال سوم، شماره 6، 28-53.

سروش، ع. (1387). نقش توسعه دانش در فرایند گردش دانش (تدوین شاخص عملکردی برای اندازه گیری آن در عصر اطلاعات). (دو ماهنامه توسعه انسانی پلیس، سال پنجم، شماره 17، 30-52.

سلاجقه، س.، پور رشیدی، ر. &، موسایی، م. (1392). تحلیل توانمند سازی روانشناختی کارکنان و روابط آن با مدیریت دانش. فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، سال بیست و سوم، شماره 72، 99-118.

سنجقی، م.، فرهی بوزنجانی، ب.، حسینی سرخوش، س. &، حاجی شفیع، ج. (1390). اثر میانجگری فرهنگ انطباق پذیری بر رابطه ی بین رهبری تحول آفرین و نوآوری سازمانی (مطالعه موردی: شرکت های منتخب در زنجیره تامین فناوری های دفاعی). (بهبود مدیریت، سال پنجم، شماره 3، پیاپی 14، 122-139.

صادقی مال امیری، م. &، رئیسی، م. (1389). ارائه مدل مفهومی برای سنجش خلاقیت. دو ماهنامه توسعه انسانی پلیس، سال هفتم، شماره 30، 97-112.

صالحی صدقیانی، ج. &، خیر اندیش، م. (بدون تاریخ). (مدیریت دانش در عصر اطلاعات با نگرش کاربردی در سازمان. 72-95.

صلواتی، ع.، باغبانیان، م. &، زندی، ر. (1392). فراموشی سازمانی و مقاومت در برابر تغییر. فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، سال بیست و سوم، شماره 72، 49-73.

عطافر، ع. &، یزدانی، ب. (۱۳۹۰، مهر و آبان). بررسی جایگاه جعبه سیاه در مدیریت منابع انسانی. دو ماهنامه توسعه انسانی پلیس، ص. ۶۶-۳۹.

علیرضایی را & ، تولایی ، ر. (1387). ترغیب خلاقیت و نوآوری در میان کارکنان سازمان. دوماهنامه توسعه انسانی پلیس، سال پنجم، شماره 16، 37-60.

غفاری آشتیانی، پ & ، پیر محمدی، ف. (1387). نوآوری سازمانی در شرکتهای کوچک و متوسط. تدبیر، شماره 199، 28-33.

فتحیان، م & ، احسانی، م. بدون تاریخ. (چارچوبی برای بکارگیری مدیریت دانش در سازمانهای تحقیق و توسعه کشور. چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت. 1-17،

کنجکاو منفرد را & ، اردکانی، س. (1393). تحلیلی بر وضعیت ابعاد مدیریت دانش در نهادهای آموزش عالی و بررسی رابطه آن با نوآوری. فصلنامه علمی-پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، سال پنجم، شماره 1، 103-120.

گودرزی، ا. & شفیعی، م. (1389). نقش مدیریت منابع انسانی در نوآوری و کارآفرینی سازمانها. شیراز: اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، نوآوری و کارآفرینی.

محمد لو، م. (1383). مدیریت دانش و استعدادها. تدبیر، شماره 147، 29-32.

محمدی مقدم، ی، الوانی، م & ، حبیبی بدر آبادی، م. (1391). الگوی جامع دانش آفرینی در سازمانهای پلیسی. فصلنامه پژوهشهای مدیریت نظامی، سال هشتم، شماره چهارم. 479-500،

مقدم، م & ، حسنعلی پور، م. (1387). ارائه شیوه ای نو در شناسایی و تعدیل تاخیرات بلند مرتبه سازی به کمک مدیریت دانش. فصلنامه مدیریت پروژه، شماره 9، 4-11.

ملکیان، ن. (1386). نقش هوش مصنوعی و نظام های خبره در ارتقاء مدیریت دانش. مدیریت، سال هجدهم، شماره 129-130، 24-27.

مهدی بیگی، ن، کمالیان را & ، یعقوبی، ن. (1392). ارزیابی اثرات استقرار سیستم برنامه ریزی منابع سازمانی بر نوآوری سازمان. پژوهشهای مدیریت عمومی، سال ششم، شماره بیستم. 57-73،

میر غفوری، س، فرهنگ نژاد، م & ، صادقی آرائی، ز. (1389). ارزیابی عملکرد بخش بهداشت و درمان شهرستان یزد در به کار گیری فرایند مدیریت دانش. مدیریت سلامت. 79-88،

نسیمی، ه. (1387). بکار گیری مدل های نظام ملی مدیریت نوآوری جهت ارتقای شاخصهای نوآوری و افزایش توان تولید فناوری. فصلنامه مدیریت و منابع انسانی در صنعت نفت، سال دوم، شماره 2، 99-124.

نعمتی انارکی، ل & ، نوشین فرد، ف. (1392). ارائه الگوی پیشنهادی اشتراک دانش درون سازمان میان اعضای هیات علمی بر مبنای عوامل فردی، سازمانی و فنی. مدیریت سلامت، شماره 54، 56-70.

نوروزیان، م. (1385). دانش مدیریت دانش. تدبیر، شماره 176، 1-4.

نیاز آذری، ک، بریمانی، ا & ، حاجی قلیخانی، ب. (1390). بررسی نقش مدیریت دانش بر خلاقیت دبیران در مدارس متوسطه. پژوهشگر، فصلنامه مدیریت، سال هشتم، شماره 21، 79-87.

هادیزاده مقدم را، قلیچ لی ب، & محبی پ. (1392). بررسی رابطه بین تسهیم دانش و نوآوری در سازمان های خدمات مالی :بانک رفاه کارگران. پژوهشهای مدیریت در ایران، دوره 17، شماره 1، 187-207.

هوشمند ره، میر افضل س، & رضایی نور ج. (1392). ارائه مدلی برای ارزیابی مدیریت دانش سازمانهای دانش بنیان مورد کاوی دانشگاه قم. رشد فناوری، فصلنامه تخصصی پارک ها و مراکز رشد، سال دهم، شماره 38، 65-77.

وظیفه دوست ح، فروغ نژاد ح، & خوشنود م. (1393). تاثیر مدیریت دانش استراتژیک بر نوآوری و عملکرد شرکتهای کارگزاری بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه علمی-پژوهشی دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، سال سوم، شماره نهم، 161-173.

یعقوبی ن، & کوچک زاده ر. بدون تاریخ. (پشتیبانی فناوری اطلاعات از مدیریت دانش. فصلنامه مدیریت صنعتی شماره 9، 41-56.

یوسفی را، صادق فیضی ج، & سلیمانی م. (1390). بررسی میزان تأثیر مدیریت دانش بر نوآوری (در میان مدیران و کارکنان های فناوری مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه ارومیه. (ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، سال اول، شماره 3، 29-51.

یوسفی را، فیضی ج، & سلیمانی م. (1390). بررسی میزان تأثیر مدیریت دانش بر نوآوری (در میان مدیران و کارکنان شرکت های فناوری مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه ارومیه. (ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، سال اول، شماره 3، 29-51.

Johansson, T., Moehler, R. C., & Vahidi, R. (2013). Knowledge Sharing Strategies for Project Knowledge Management in the Automotive Sector. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 295-304.

Arto, K., Kulvik, I., Poskela, J., & Turkulainen, V. (2011). The integrative role of the project management office in the front end of innovation. *International Journal of Project Management*, Volume 29, Issue 4, 408-421.

chang, M.-Y., Hung, Y.-C., Yen, D. C., & Tseng, P. T. (2009). The research on the critical success factors of knowledge management and classification framework project in the Executive Yuan of Taiwan Government. *Expert Systems with Applications*, Volume 36, Issue 3, Part 1, 5376-5386.

chen, M.-Y., Huanag, M.-j., & cheng, Y.-C. (2009). Measuring Knowledge management performance using a competitive perspective: an empirical study. *Expert System with application* 36, 5449-8459.

Chournazidis, A. J. (2013). Functionality and Feasibility of Knowledge Management in Enterprises. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 327-336.

Drew, S. (1999). Building Knowledge Management into Strategy: Making Sense of a New Perspective. *Long Range Planning*, Volume 32, Issue 1, 130-136.

Julia, N.-V. C., Jimenez-Jimenez, D., & Sanz-Valle, R. (2011). Innovation or imitation? The role of organizational culture. *Management Decision Vol. 49 No, 1*, 55-72.

Meta, J., & Woerter, M. (2013). Risky innovation: The impact of internal and external R & D strategies upon the distribution of returns. *Research Policy*, Volume 42, Issue 2, 495-501.

Nijhof, A., Krabbendam, K., & Looise, J. (2002). Innovation through exemptions: building upon the existing creativity of employees. *Technovation* 22, 675-683.

Schuler, R. (2000). The internationalization of human resource management. 6.

2<sup>nd</sup> International Conference on Modern Research's in  
*Management, Economics & Accounting*

Kualalumpur - Malaysia / 15 Dec 2016

Sultan, N. (2013). Knowledge management in the age of cloud computing and Web 2.0: Experiencing the power of disruptive innovations. *International Journal of Information Management, Volume 33, Issue 1*, 160-165.

Tin-Chang, C., & Shu-Hui, C. (2011). Performance implications of knowledge management processes: Examining the roles of infrastructure capability and business strategy. *Expert Systems with Applications*, 6170-6178.

Truong, Y. (2013). A cross-country study of consumer innovativeness and technological service innovation. *Journal of Retailing and Consumer Services, Volume 20, Issue 1*, 130-137.

Williamson, H. M., Lounsbury, J. W., & Han, L. D. (2013). Key personality traits of engineers for innovation and technology development. *Journal of Engineering and Technology Management, Volume 30, Issue 2*, 157-168.

# SID



سرویس های ویژه



سرویس ترجمه تخصصی



کارگاه های آموزشی



بلاگ مرکز اطلاعات علمی



سامانه ویراستاری STES



فیلم های آموزشی

## کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی



مقاله نویسی علوم انسانی

مقاله نویسی علوم انسانی



اصول تنظیم قراردادها

اصول تنظیم قراردادها



آموزش مهارت های کاربردی در تدوین و چاپ مقاله

آموزش مهارت های کاربردی در تدوین و چاپ مقاله