



بررسی رابطه میان سرمایه فکری و مدیریت دانش

مهسا علی خانی

دانشجوی دوره کارشناسی ارشد مدیریت مالی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی
Yahoo2220@gmail.com

وحید حسنلو

دانشجوی دوره دکتری مدیریت صنعتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال
Vahidhassanlu@gmail.com

چکیده:

در اقتصاد مبتنی بر دانش، محصولات و سازمان‌ها براساس دانش زندگی می‌کنند و می‌میرند و موفقترین سازمان‌ها، آنهایی هستند که از این دارایی ناملموس به نحو بهتر و سریع‌تری استفاده می‌کنند. مطالعات نشان داده‌اند که برخلاف کاهش بازدهی منابع سنتی (مانند پول، زمین، ماشین‌آلات و غیره)، دانش واقعاً منبعی برای افزایش عملکرد کسب و کار است. از دیدگاه استراتژیک، امروزه از دانش و سرمایه فکری به منظور خلق و افزایش ارزش سازمانی استفاده می‌شود و موفقیت یک سازمان به توانایی‌اش در مدیریت این منبع کمیاب بستگی دارد. توجه به حوزه مدیریت دانش در دو سطح آکادمیک و کسب و کار رو به فزونی است. مطالعات انجام شده در کشورهای اروپایی نشان می‌دهد که در سال ۲۰۰۰، مدیریت دانش توسط ۸۰ درصد از بزرگترین شرکت‌های جهان بکار گرفته شده است. در سالهای اخیر نیز نقش دانش بعنوان کلیدی‌ترین منبع سازمان‌ها در کسب مزیت رقابتی، به موضوعی بسیار مهم تبدیل شده و ایده "قابل مدیریت بودن دانش"، در بسیاری از کسب و کارهای مبتنی بر دانش، سازمان‌های یادگیرنده و مدیریت سرمایه‌های فکری، جا باز کرده است. بنابراین، سازمان‌ها در پی روش‌های جدیدی برای بقا در عرصه کسب و کار و رقابت اثربخش می‌باشند. یکی از روش‌های دستیابی به اثربخشی، کشف و توسعه دارایی‌هایی است که برای سازمان‌ها از کارایی بسیار بالایی برخوردار بوده، اما بدرستی از آنها استفاده نشده است.

واژگان کلیدی: مدیریت دانش، سرمایه فکری، مدیریت سرمایه فکری



مقدمه:

همزمان با وقوع انقلاب «تکنولوژی اطلاعات»، شکل‌گیری جامعه اطلاعاتی و شبکه‌ای و نیز رشد و توسعه سریع تکنولوژی برتر، مخصوصاً در حوزه ارتباطات، کامپیوتر و مهندسی، از دهه ۱۹۹۰ الگوی رشد اقتصاد جهانی تغییر اساسی کرده است. در نتیجه این تحولات، دانش به عنوان مهمترین سرمایه، جایگزین سرمایه‌های مالی و فیزیکی در اقتصاد جهانی شده است.

مطالعات اخیر نشان داده است که بر خلاف کاهش بازدهی منابع سنتی (مثل پول، زمین، ماشین‌آلات و غیره)، دانش منبع افزایش عملکرد کسب و کار است. آنچه درخور توجه است این مهم است که بازار نیز ارزش دانش و عوامل نامشهود دیگر در فرایند ایجاد ارزش را تشخیص داده است. اخیراً میزان و نسبت این «ارزش پنهان» تغییر کرده است (Bontis et al, 1999). بر این اساس، موفقیت حال و آینده در رقابت بین سازمان‌ها، تا حد کمی مبتنی بر تخصیص منابع فیزیکی و مالی و تا حد زیادی مبتنی بر مدیریت دانش خواهد بود. بنابراین، وظیفه رهبری یک سازمان خلق محیطی برای مدیریت دانش است. به بیان روشن‌تر، در عصر حاضر چالش پیش روی مدیران آماده کردن محیط مناسب برای رشد و پرورش ذهن انسان در سازمان دانش محور است (Bontis, 1996). بنابراین، اساسی‌ترین مهارت برای مدیران سازمان‌های دانش محور «مدیریت دانش» است (Quinn, 1992). با این همه، متأسفانه از آنجائی که ماهیت دانش نامشهود و ناملموس است، آن را نمی‌توان توسط هیچ یک از مقیاس‌های سنتی حسابداری مالی اندازه‌گیری کرد، ریسک «فراموشی» دانش و سایر دارایی‌های ناملموس سازمان برای مدیران وجود دارد. می‌توان گفت مدیران ارشد سازمان‌ها تنها از ۲۰ درصد دانش موجود در سازمان‌هایشان استفاده می‌کنند. درحقیقت، محیط کسب و کار مبتنی بر دانش در بسیاری از کشورهای جهان، مستلزم یک مدل و نامگذاری جدید است که در برگزیده عوامل ناملموس سازمان باشد. در این وضعیت، رشته نوظهور «سرمایه فکری» توجه روزافزونی را به خود جلب کرده است (Bontis, 2000). از دیدگاه استراتژیک، سرمایه فکری می‌تواند در ایجاد و کاربرد دانش برای افزایش ارزش سازمان مورد استفاده واقع شود. (Roos et al, 1997). مدیریت دانش، یکی از موضوعات مهم در مدیریت نوین امروزه محسوب می‌شود. پژوهشگران بسیاری اهمیت دانش را در نائل شدن به مزیت رقابتی و حفظ آن درک کرده‌اند. با توجه به گفته نوناکو^۱ (۱۹۹۱)، دانش منبعی بادوام از مزیت رقابتی است. برخی از پژوهشگران عقیده دارند که دانش باارزش‌ترین و پراهمیت‌ترین منبع تسخیرشده توسط سازمان و برای ادامه حیات سازمان ضروری است (هوآنگ و هشو^۲، ۲۰۰۷، ص ۸). مدیریت دانش با ایجاد و توسعه دارایی‌های دانشی یک سازمان با نگرش فرا رفتن از اهداف سازمان مرتبط است و مستلزم تمام فعالیت‌هایی است که با شناسایی، تشریح و ایجاد دانش مرتبط هستند. این کار نیازمند سیستم‌هایی جهت ایجاد و نگهداری منابع دانش، پرورش و تسهیل دانش و یادگیری سازمانی است. در این خصوص سازمان‌هایی موفق هستند که دانش را به عنوان یک دارایی می‌نگرند و ارزش‌ها و هنجارهای سازمانی که موجب حمایت از ایجاد و تشریح دانش می‌شود را توسعه می‌دهند.

مدیریت دانش به خلق، اشتراک‌گذاری و نفوذ دانش در فکر، ذهن و تخیل افراد می‌پردازد و تلاش می‌کند تا دانش‌های پراکنده شده در افراد سازمان را به‌گونه‌ای جمع‌آوری و مدیریت کند تا به خلق دانشی جدید منجر شود (یوگش^۳، ۲۰۰۰، ص ۱۲) در واقع مدیریت دانش تلاش‌های استراتژیک ارزش افزا برای بهبود اثربخشی سازمان در تغییرات محیط کسب و کار و محیط اجتماعی است (جو و لی^۴، ۲۰۰۹، ص ۴۱).

دانش و سرمایه فکری به عنوان استراتژی‌های پایدار برای حصول و نگهداری مزیت رقابتی سازمان‌ها تشخیص داده شده است (هشو و همکاران، ۲۰۰۹، ص ۱۸). سرمایه فکری، موجودی یک سازمان است که در یک مقطع زمانی خاص در آن وجود دارد. سرمایه

¹ - Nonako

² - Huang & Hsueh

³ - Yogesh

⁴ - Joo & Lee



فکری را مجموعه‌ای از دارایی‌های دانش محور معرفی میکنند که به یک سازمان اختصاص دارند و در زمره ویژگی‌های آن محسوب می‌شوند و از طریق افزودن ارزش به ذی‌نفعان کلیدی سازمان، به طور قابل ملاحظه‌ای به بهبود وضعیت رقابتی سازمان منجر می‌شود (مار، ۲۰۰۴، ص ۳۱).

سرمایه فکری برای شرکت‌ها تنوع ارزش سازمانی زیادی مانند ایجاد سود، تعیین استراتژی (سهم بازار، رهبری، شهرت)، نوآوری، وفاداری مشتری، کاهش هزینه، بهبود بهره‌وری و موارد دیگر را فراهم می‌کنند (سولیوان، ۲۰۰۰، ص ۲۱). مدیریت سرمایه فکری برای موفقیت بلندمدت یک شرکت بسیار مهم تشخیص داده شده است. شرکت‌هایی که از مدیریت سرمایه فکری، به خوبی استفاده می‌کنند، نسبت به رقبایشان عملکرد بهتری دارند. بسیاری از نویسندگان، سرمایه فکری را سازه‌ای در سطح فردی قلمداد می‌کنند که دانش و مهارت‌های در اختیار افراد را مورد بررسی قرار می‌دهد. باید گفت که موضوع علم سرمایه فکری، یک موضوع بین رشته‌ای است و در برگیرنده‌ی علوم مختلفی مانند حسابداری، مدیریت دانش، خط‌مشی‌گذاری و اقتصاد و مدیریت منابع انسانی و ... است (لیم و دالیمور، ۲۰۰۴، ص ۹).

بنیتس^۸ (۱۹۹۸)، ابعاد سرمایه فکری را شامل ابعادی همچون سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه مشتری بیان می‌کند منظور از سرمایه انسانی، سطح دانش فردی است که کارکنان یک سازمان دارای آن می‌باشند که این دانش معمولاً بصورت ضمنی می‌باشد. منظور از سرمایه ساختاری کلیه دارایی‌های غیرانسانی قابلیت‌های سازمانی است که برای برآورده شدن نیازهای بازار مورد استفاده قرار می‌گیرد. منظور از سرمایه ارتباطی، کلیه دانش قرار گرفته شده در روابط یک سازمان با محیط خود شامل مشتریان، عرضه کنندگان، مجامع علمی و غیره است.

ادبیات موضوع

سیر تاریخی توسعه مفهوم و کاربرد سرمایه فکری در سال ۱۹۶۹ جان گالبریت^۹ اولین کسی بود که از اصطلاح سرمایه فکری استفاده کرد. اما در اواسط دهه ۱۹۸۰ حرکت از عصر صنعت به سمت عصر اطلاعات آغاز شد و شکاف عمیق بین ارزش دفتری و ارزش بازار شرکت‌ها بوجود آمد و در اواخر دهه ۱۹۸۰ اولین تلاشها برای تدوین صورتهای مالی حسابهایی که سرمایه فکری را اندازه گیری کنند صورت گرفت و کتابهایی در این موضوع از قبیل مدیریت داراییهای دانش توسط آمیدن^{۱۰} تالیف شد.

در اوایل ۱۹۹۰، اولین بار نقش مدیریت سرمایه های فکری با تخصیص یک پست رسمی، در سازمان مشروعیت یافت و ادوینسون^{۱۱} بعنوان مدیر سرمایه های فکری شرکت اسکاندا^{۱۲} معرفی شد همچنین در این دوره مفهوم رویکرد ارزیابی متوازن توسط کاپلان و نورتن^{۱۳} مطرح گردید و در مجله فورچون مقالاتی در این زمینه منتشر گردید. اما در اواسط دهه ۱۹۹۰، شرکت اسکاندا اولین گزارش سرمایه های فکری را منتشر کرد و همایشی در سال ۱۹۹۶ توسط اس‌ای‌سی^{۱۴} با موضوع سرمایه فکری ترتیب داده شد. در اوایل دهه ۲۰۰۰، اولین مجله معتبر با محوریت سرمایه های فکری و اولین استانداردهای حسابداری سرمایه فکری توسط دولت دانمارک منتشر گردید. (زاهدی و همکاران، ۱۳۸۶)

⁵ - Marr

⁶ - Sullivan

⁷ - Lim & Dallimore

⁸ - Benitez

⁹ - John Galbriet

¹⁰ - amidon

¹¹ - Edvinson

¹² - Scandia

¹³ - Norton & Kaplan

¹⁴ - SEC



تعریف سرمایه فکری

سرمایه فکری به مجموع دانش‌ها و توانایی‌های همه کارکنان اطلاق می‌شود که منجر به ایجاد ثروت برای سازمانی می‌شود (چن و همکاران^{۱۵}، ۲۰۰۴). به عبارت دیگر سرمایه‌های فکری به صورت گروهی از دارایی‌های دانش محور تعریف می‌شوند که به یک سازمان اختصاص دارند و جزء ویژگی‌های آن سازمان محسوب می‌شوند و به طور قابل ملاحظه‌ای از طریق افزایش سطح ارزش افزوده برای ذینفعان کلیدی، به بهبود وضعیت رقابتی سازمان منجر می‌شوند (گوپتا و همکاران^{۱۶}، ۲۰۰۰). از نظر محققان و صاحب‌نظران متعدد سرمایه فکری شامل سه بعد سرمایه انسانی^{۱۷}، سرمایه ساختاری^{۱۸} و سرمایه مشتری^{۱۹} (رابطه‌ای) می‌باشد (رامیرز و همکاران^{۲۰}، ۲۰۰۷) که در ادامه به توضیح هر یک از آن‌ها می‌پردازیم:

سرمایه انسانی: سرمایه انسانی به قابلیت‌ها، مهارت‌ها و تخصص اعضای سازمانی اطلاق می‌شود (مالکوم^{۲۱}، ۲۰۰۲). اهم شاخص‌های سرمایه انسانی عبارتند از: شایستگی حرفه‌ای و تخصصی کارکنان کلیدی، تحصیلات، تجربه، تعداد افراد شرکت با زمینه قبلی مرتبط و همچنین توزیع دقیق مسئولیت‌ها در ارتباط با مشتریان می‌باشد (ردف و لیرت^{۲۲}، ۲۰۰۲). سرمایه انسانی شامل تمام دارایی‌های فکری سازمان‌ها مانند دانش، مهارت و سایر قابلیت‌های کارکنان بوده که آنان را قادر می‌سازد مشکلات مربوط به سازمان و مشتریان را برطرف سازند (Skandia, 1994; Sullivan, 1998). این نوع سرمایه که از آن به عنوان مهمترین معیار سرمایه فکری یاد می‌شود کلیه دانش موجود در افراد سازمان را در بر گرفته (Bontis et al, 2001) و قابلیت سازمان را در یافتن بهترین راه حل از طریق دانش کارکنان نشان می‌دهد (Bontis, 1998).

سرمایه مشتری: سرمایه مشتری یا ارتباطی شامل وابستگی‌های برون سازمانی مانند وفاداری مشتریان، حسن شهرت و روابط شرکت با تأمین کنندگان منابع آن می‌باشد. این موضوع از طریق ارزش دریافتی یک مشتری از انجام داد و ستد با سازمان تعریف می‌شود (مالکوم، ۲۰۰۲). سرمایه مشتری شامل مواردی نظیر ارزش امتیازات تحت تملک شرکت، روابط آن با مردم و سازمان‌های مرتبط با مشتریان، سهم بازار، نرخ حفظ یا از دست دادن مشتریان و همچنین سودآوری خالص به ازای هر مشتری می‌گردد (موریتسن و همکاران^{۲۳}، ۲۰۰۱).

سرمایه ساختاری: سرمایه ساختاری به ساز و کار و ساختار یک واحد تجاری مرتبط است و می‌تواند کارکنان را در عملکرد بهینه فکری یاری کند و بدین ترتیب سازمان قادر خواهد بود، عملکردش را بهتر کند (چن و همکاران، ۲۰۰۴). به عبارت دیگر سرمایه ساختاری دانشی است که در پایان هر روز کاری در سازمان باقی می‌ماند، به کل سازمان تعلق دارد، قابل تولید شدن مجدد و به اشتراک گذاشتن با دیگران می‌باشد (موریتسن و همکاران، ۲۰۰۱).

مدیریت دانش

۲۵ سؤال پرسشنامه استاندارد مدیریت دانش فونگوچوی^{۲۴} (۲۰۰۹)، که با مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت طراحی شده به سنجش ابعاد کسب دانش (۹سؤال)، نگهداری دانش (۹سؤال)، انتقال دانش (۵سؤال) و به کارگیری دانش (۳سؤال) می‌پردازد.

15 - Chen and et al.
16 - Gupta and et al.
17 - human capital
18 - structural capital
19 - customer capital
20 - Ramirez and et al.
21 - Malcolm
22 - Rodov & Leliaert
23 - Mouritsen, et al.
24 - Fong & Choi



جدول ۱: عناصر شناخت سرمایه های ناملموس

فردی	مشتری	جامعه	ساختار
دانش مفهومی	روابط مشتری	فرهنگ سازمانی	مالکیت معنوی
تحصیلات	برند	زیرساخت‌ها	اختراعات
شایستگی های شخصی	وفاداری مشتری	فلسفه مدیریت	حقوق کپی رایت
گواهی حرفه ای	اعطای نمایندگی	شیوه مدیریت	اسرار تجاری
رضایت شغلی	همکاری تجاری	سیستم شبکه اطلاعات	علائم تجاری و خدماتی
شایستگی های کاری	کانال توزیع	ارتباط مربی/ کارآموز	حقوق طراحی

انواع سرمایه

الف- سرمایه فرهنگی: ویژگی های فرهنگی اعم از ارزش ها، مفروضات و ... که مشوق کارآفرینی باشند و به عنوان سرمایه در نظر گرفته می شود که ارتباط بسیار نزدیک معنایی با سرمایه انسانی دارد (تورسبی، ۱۹۹۹ به نقل از ترامونتی و ویلمز^{۲۵}، ۲۰۱۰).

ب- سرمایه فکری: مجموعه ای از دارایی های فکری ناملموس اعم از اطلاعات و دانش که منجر به خلق ارزش شوند (ادوینسون و مالونه، ۱۹۹۷ به نقل از زغال و مالول، ۲۰۱۰). سرمایه فکری تفاوت بین ارزش بازاری یک شرکت و هزینه جایگزینی دارایی های آن است (Seetharaman et al., 2004).

ج- سرمایه انسانی: نشان دهنده موجودی دانش فراگرفته شده افراد یک سازمان است. این سرمایه از طریق شایستگی، نگرش، چالاکي فکری افراد، مهارت‌ها و توانایی حل مسئله، ایجاد می‌شود و همچنین منبعی مهم برای نوآوری و بازآفرینی در یک شرکت محسوب می شود (Unger et al., 2011).

د- سرمایه اجتماعی: مجموعه منابع بالقوه و بالفعلی که از طریق عضویت افراد در شبکه های اجتماعی در اختیارشان قرار می گیرد و به آن‌ها کمک می کند تا زندگی بهتری داشته باشند (Chou, 2006).

ه- سرمایه کارآفرینانه: مجموعه ای از مهارت ها و انگیزه های کارآفرینان (Erikson, 2002).

و- سرمایه فیزیکی: اعم از منابع، پول و مواد اولیه لازم و ...

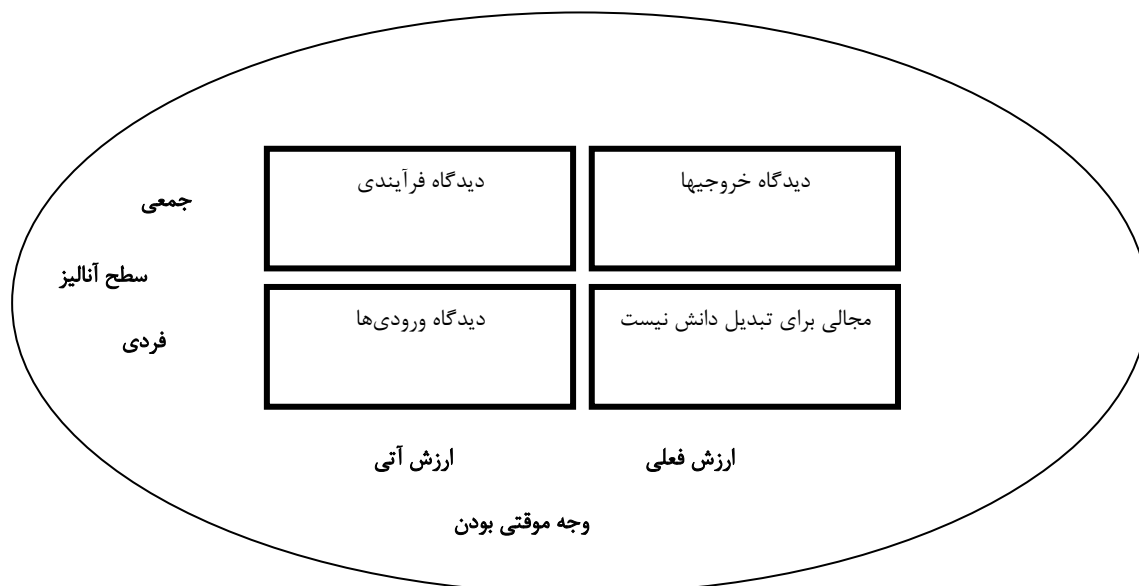
در تعیین اهمیت انواع سرمایه های فوق الذکر به صورت اقتضایی ممکن است در هر موقعیتی و با در نظر داشتن نیاز آن لحظه سازمان یا شرکت یکی از انواع سرمایه اهمیت بیشتری پیدا نماید (Ulina et al., 2005).

جدول ۲: تعاریف مختلف از سرمایه فکری (Maar & Moustaghfir, 2005)

دارایی های نامشهود مانند دارایی های مبتنی بر اطلاعات که شامل فناوری، اعتماد مشتری، تصویرسازی، تصویب سازمانی حاصل از علائم تجاری، فرهنگ سازمانی و مهارت های مدیریتی می باشند.	ایتامی (۱۹۸۷)
دارایی های فکری شامل حقوق مالکیت معنوی مانند حق امتیاز، علائم تجاری، حق مالکیت معنوی، شهرت، شبکه های فردی و سازمانی، دانش، تخصص و مهارت های کارکنان است.	هال (۱۹۸۹)

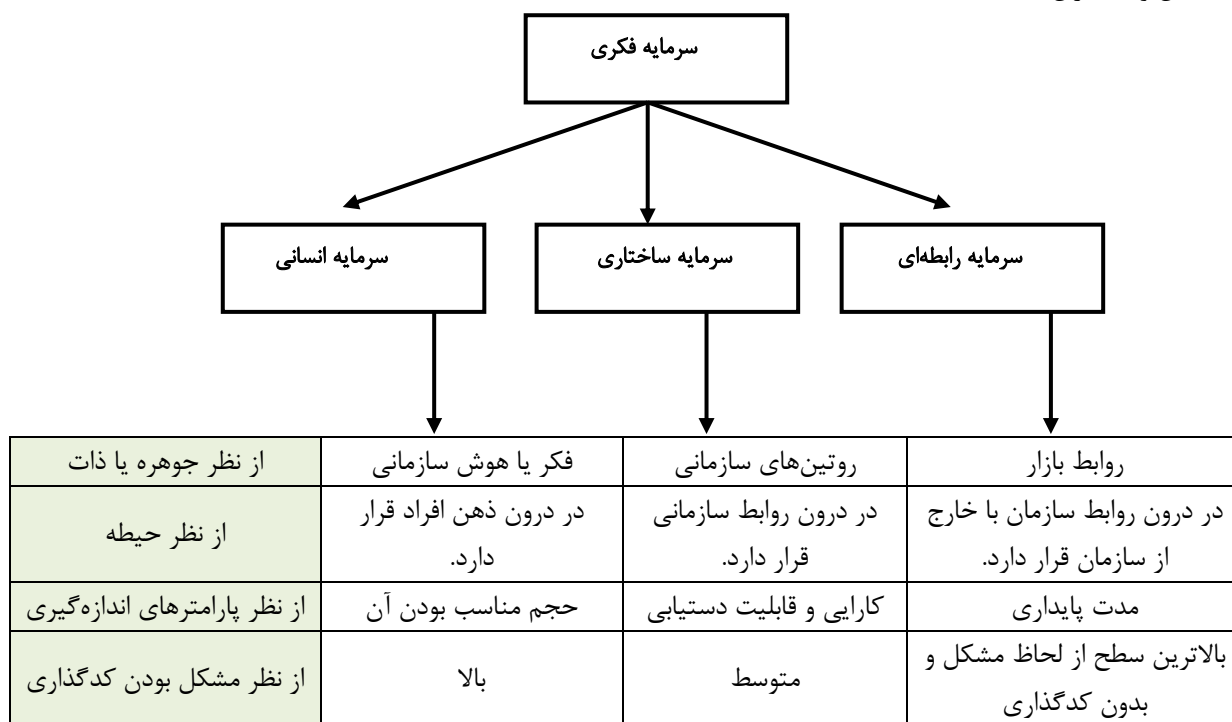


سرمایه فکری شامل دارایی‌هایی مانند حقوق مالکیت معنوی و شهرت و مهارت-ها یا مزیت‌هایی مانند دانش چگونگی و فرهنگ سازمانی است.	هال (۱۹۹۲-۱۹۹۳)
هر عنصر فکری که بتوان آن را فرموله و گردآوری کرد و بتوان از آن برای ایجاد دارایی باارزش بیشتر استفاده کرد.	کلین و پروساک (۱۹۹۴)
دانشی که بتوان آن را به یک ارزش تبدیل کرد.	ادوینسون و سالیوان (۱۹۹۶)
ترکیبی از چهار جزء اصلی، دارایی‌های بازار، دارایی‌های انسانی، دارایی‌های مالکیت معنوی و دارایی‌های زیرساختی	بروکینگ (۱۹۹۶)
سرمایه فکری مربوط به سه دسته از دارایی‌های نامشهود است. ساختار داخلی، ساختار خارجی و شایستگی‌های انسانی.	اسویبای (۱۹۹۷)
سرمایه فکری ترکیبی از یک بخش فکری مانند سرمایه انسانی و یک بخش غیرفکری مانند سرمایه ساختاری است.	روس و همکاران (۱۹۹۷)
هر عنصر فکری - دانش، اطلاعات، مالکیت معنوی و تجربه - که بتوان از آن برای ایجاد ثروت استفاده کرد.	استوارت (۱۹۹۷)
حالت‌ها و تمایلاتی که در افراد و گروه‌ها وجود دارد که در صورت برانگیخته شدن قابلیت ایجاد ارزش افزوده را دارند.	بویسوت (۱۹۹۸)
منابع خاص سازمانی که کپی‌برداری از روی آن‌ها اگر غیرممکن نباشد، بسیار مشکل است.	تیس (۱۹۹۸)
مفهومی است جهت طبقه‌بندی تمامی منابع نامحسوس سازمان و شناخت ارتباط میان آن‌ها.	بنتیس (۱۹۹۹)
ارزش اقتصادی است که توسط دو دسته از دارایی‌های نامحسوس شرکت ایجاد می‌شود؛ سرمایه سازمانی و سرمایه انسانی.	سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (۲۰۰۰)
منابع خاص شرکت که وجود آن‌ها برای ایجاد ارزش ضروری است.	نوناکا و همکاران (۲۰۰۰)
دارایی‌های ناملموس منابع غیرفیزیکی ارزش می‌باشند که توسط نوآوری، طرح-های منحصر به فرد سازمان و یا توسط منابع انسانی ایجاد می‌شوند.	لیف (۲۰۰۱)
دارایی‌های نامحسوس، دارایی‌های ثابت غیر مالی هستند که از جنس ماده نیستند اما ماهیت آن‌ها توسط حقوق قانونی و حفاظتی شناسایی و کنترل می‌شود.	آی.ای.اس.بی (۲۰۰۴)



شکل ۱: دیدگاه‌های متفاوت نسبت به سرمایه فکری (منبع: سوارت، ۲۰۰۶)

به عقیده بنتیس، در بین این ابعاد، سرمایه انسانی مهم است زیرا منبع نوآوری و بازسازی استراتژیک است که از یک جلسه طوفان فکری یا یک رویکردی در اداره و یا کنار گذاشتن فایل‌های قدیمی توسط کارکنان و یا از طریق بهبود مهارت‌های شخصی و غیره حاصل می‌شود. همچنین بنتیس به وجود یکسری روابط متقابل میان اجزای سرمایه فکری معتقد است که به این صورت که حتی اگر یک سازمان دارای سرمایه انسانی مناسبی باشد ولی دارای یک سرمایه ساختاری مناسبی نباشد، نمیتواند از دانش قرار گرفته شده در افراد خود استفاده کند و به تبع هم نمی‌تواند به سرمایه مشتری خود، پاسخ مناسبی دهد (بنتیس و همکاران، ۲۰۰۰).

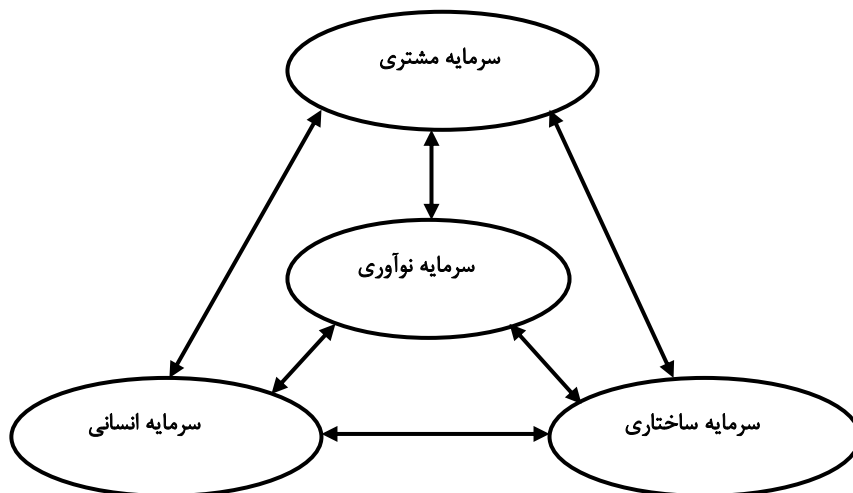


شکل ۲: دیدگاه‌های متفاوت نسبت به سرمایه فکری (منبع: سوارت، ۲۰۰۶)

چن و همکارانش معتقد



۱. سرمایه انسانی ۲. سرمایه مشتری ۳. سرمایه نوآوری ۴. سرمایه ساختاری
 آن‌ها معتقد هستند که این ساختار و اجزاء سرمایه فکری بسیار ضعیف و شکننده هستند مگر اینکه با یکسری روابط مستمر و بهم پیوسته حمایت شوند و در واقع آن‌ها بر روابط بین اجزاء سرمایه فکری تاکید بیشتری دارند تا بر اجزاء آن.



شکل ۳: مدل سرمایه فکری چن و همکاران (۲۰۰۴)

در این مدل، منظور از سرمایه انسانی که در واقع مبنا و اساس سرمایه فکری است؛ دانش، مهارت‌ها، توانایی‌ها و طرز فکرهای کارکنان درباره کسب و کار است. از نظر آن‌ها در واقع این سرمایه انسانی است که می‌تواند دانش را بوسیله تبدیل به شکل سه جزء دیگر سرمایه یعنی سرمایه ساختاری، مشتری و نوآوری، به ارزش بازاری تبدیل کند و از طرف دیگر این سرمایه انسانی است که اشکال عملیاتی سه سرمایه دیگر را تعیین می‌کند (زاهدی و همکاران، ۱۳۸۶).
 نقش و اهمیت سرمایه فکری را از سه جهت میتوان مورد بررسی قرار داد:

جدول ۳: ابعاد مختلف اهمیت سرمایه های فکری، زاهدی و همکاران، ۱۳۸۶

جنبه کلی و عمومی	جنبه فردی	جنبه سازمانی
ایجاد بستر مناسب جهت خلق شناسایی دارایی‌های ناملموس معنوی	عامل رشد و شکوفایی استعدادها	عامل پیدایش سازمان
خلق چشم‌اندازهای نوین فراروی اقتصاد ملی	سوق دهنده به سوی خود شکوفایی	عامل تولیدات و خدمات
عدم امکان رشد اقتصادی بدون سرمایه های فکری	عامل موفقیت های فردی	عامل افزایش کمیت و تنوع تولیدات و خدمات
عامل بهبود مستمر کیفیت زندگی و آسودگی و رفع موانع و مشکلات	موفقیت های مالی و شغلی	عامل کاهش هزینه‌ها و ضایعات و اتلاف منابع سازمانی
عامل رشد و پیشرفت و ترقی و توسعه اقتصادی، علمی، صنعتی و ابعاد دیگر	تسهیل کننده مسیر پیشرفت شغلی فردی	عامل افزایش انگیزش کاری کارکنان سازمان



تاریخچه مدیریت دانش

ریشه مدیریت دانش را می‌توان در حوزه‌های پیشرفته‌ای از قبیل مدیریت کیفیت فراگیر^{۲۶}، بازمهندسی فرآیند تجاری^{۲۷}، نظام‌های اطلاعاتی^{۲۸} و مدیریت منابع انسانی^{۲۹} مشاهده کرد. مدیریت دانش در اوایل دهه ۱۹۹۰ به طور جدی وارد مباحث سازمانی گردید، گرچه بحث و مذاکره در رابطه با دانش خیلی پیش تر آغاز شده بود. مارشال^{۳۰} (۱۹۶۵)، ادعا می‌کند که بخش اعظم سرمایه، شامل دانش است. وی همچنین معتقد است که دانش قدرتمندترین موتور تولید است، بدین ترتیب سازمان‌ها باید به طور فزاینده‌ای بر مدیریت آن تأکید کنند. کوهن^{۳۱} (۱۹۷۰)، تأکید می‌کند که دانش فی نفسه سرمایه مشترک یک گروه است. هابرمس^{۳۲} (۱۹۷۲)، به این نکته اشاره می‌کند که دانش به عنوان یک موجودیت انتزاعی نباید تلقی شود، بلکه محصولی مبتنی بر اراده است و بعضی اوقات مبتنی بر فعالیت‌های ناآگاهانه بشر است (شوقی و خوش‌قیام، ۱۳۹۱).

از نظر تاریخی، سه نسل از مدیریت دانش را می‌توان از یکدیگر متمایز کرد. دوره ۱۹۹۵-۱۹۹۰ به‌عنوان اولین نسل مدیریت دانش شناخته شده است. در طی این نسل، بسیاری از اقدامات بر تعریف مدیریت دانش، بررسی فواید بالقوه مدیریت دانش برای تجارت و طراحی پروژه‌های تخصصی مدیریت دانش مبتنی بود (Nonaka, 1994).

نسل دوم مدیریت دانش در اوایل ۱۹۹۶ پدیدار شد. به این شکل که بسیاری از سازمان‌ها، پست‌های جدید سازمانی برای مدیریت دانش در نظر گرفتند از جمله مدیر ارشد دانش. منابع متفاوت مدیریت دانش با یکدیگر ترکیب شده و به سرعت در مباحث روزانه سازمانی به کار گرفته شدند. در طی این نسل، در تحقیقات مدیریت دانش تعاریف متفاوت از دانش همچون فلسفه‌های تجاری، نظام‌ها، الگوها، شیوه‌ها و فعالیت‌ها و فناوری‌های پیشرفته وجود داشتند. نسل دوم مدیریت دانش بر این نکته تأکید می‌کند که مدیریت دانش درباره تغییر نظام‌مند سازمانی است، جایگاه شیوه‌های مدیریتی، نظام‌های سنجش، ابزارها و مدیریت محتوا نیاز به گسترش مشترک دارد. در نتیجه دیدگاه‌ها و شیوه‌های نوین، اکنون نسل سوم مدیریت دانش در حال پدیدار شدن با روش‌های جدید و نتایج جدید است (شوقی و خوش‌قیام، ۱۳۹۲). بنا بر عقیده ویگ^{۳۳} (۲۰۰۲)، یک تفاوت با دیگر نسل‌های مدیریت دانش این است که نسل سوم مدیریت دانش با فلسفه سازمان، استراتژی، اهداف، شیوه‌ها، نظام‌ها و رویه‌های سازمانی یکپارچه شده و تبدیل به کار روزانه کارکنان و محرک برای آنها شده است (Dalkir, 2005). پیتر دراگر^{۳۴} (۱۹۹۳) معتقد است که تنها (یا حداقل) مهم‌ترین منبع ثروت در جامعه فرا سرمایه‌داری^{۳۵}، دانش و اطلاعات است. او سه تغییر اساسی دانش (انقلاب) را در خلال قرن بیستم، ملاحظه نموده است: (جدول شماره ۳).

جدول ۴: سه انقلاب و تغییر اساسی دانش (منبع: Drucker, 1993). به نقل از شوقی و خوش‌قیام، ۱۳۹۱

انقلاب سوم	انقلاب دوم	انقلاب اول	
مدیریت	بهره‌وری	صنعتی	انقلاب
دانش	نیروی کار	ابزارها، فرایندها و محصولات	کاربری دانش

26 - Total Quality management (TQM)

27 - Business Process Reengineering (BPR)

28 - Information Systems (IS)

29 - Human Resource Management (HRM)

30 - Marshall

31 - Kuhn

32 - Habermas

33 - Wiig

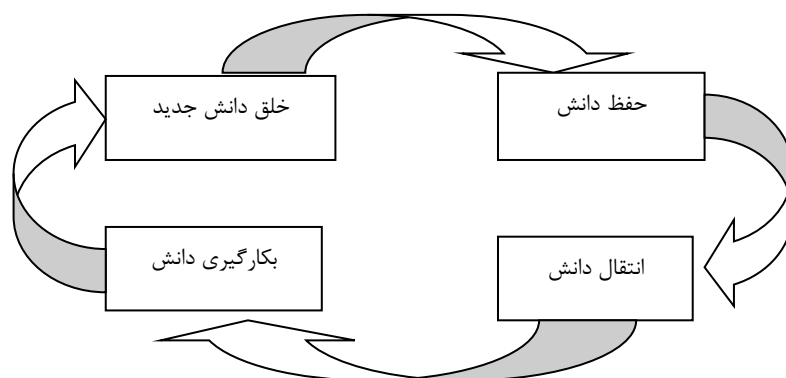
34 - Peter Drucker

35 - Post - capitalist



الگوی عمومی دانش

- نیومن و کنراد^{۳۶} (۲۰۰۰)، و همچنین ماسا و تستا^{۳۷} (۲۰۰۹)، الگوی عمومی دانش (شکل شماره ۲-۲) را ارائه داده اند. در این الگو دانش در چهار زمینه سازماندهیمی شود؛ این زمینه‌ها عبارتند از:
- **خلق دانش^{۳۸}**: رفتارهای مربوط به ورود دانش جدید به سیستم انسانی یا اجتماعی است که دامنه وسیعی را در بر دارد، نظیر: کشف، کسب، فراخوانی، توسعه، که پیوندی نزدیک با رفتاری که نوآوری خوانده می‌شود، دارد.
 - **حفظ دانش^{۳۹}**: تمامی فعالیت‌هایی است که منجر به بقا و نگهداری دانش بعد از ورود آن به سیستم می‌شود. فعالیت حفظ، شامل رفتارهای متنوعی است، مانند: فعالیت‌های مربوط به اعتبار دانش، به روز کردن آن و ...؛
 - **انتقال دانش^{۴۰}**: شامل رفتارهای بسیار متنوعی استمانند: ارتباط، ترجمه، تفسیر، پالایش و ارائه دانش؛
 - **کاربرد دانش^{۴۱}**: استفاده از دانش موجود برای تصمیم‌گیری‌ها، عملکردها و رسیدن به هدف‌هاست (Newman & Conrad, 2000; Massa & Testa, 2009).



شکل ۴: مدل عمومی مدیریت دانش، (Newman & Conrad, 2000; Massa & Testa, 2009)

اعمال مدیریت دانش مؤثر، هزینه‌ها را کاهش و سطح خدمات به مشتریان را افزایش خواهد داد.

³⁶ - Newman & Conrad

³⁷ - Massa & Testa

³⁸ - Knowledge Creation

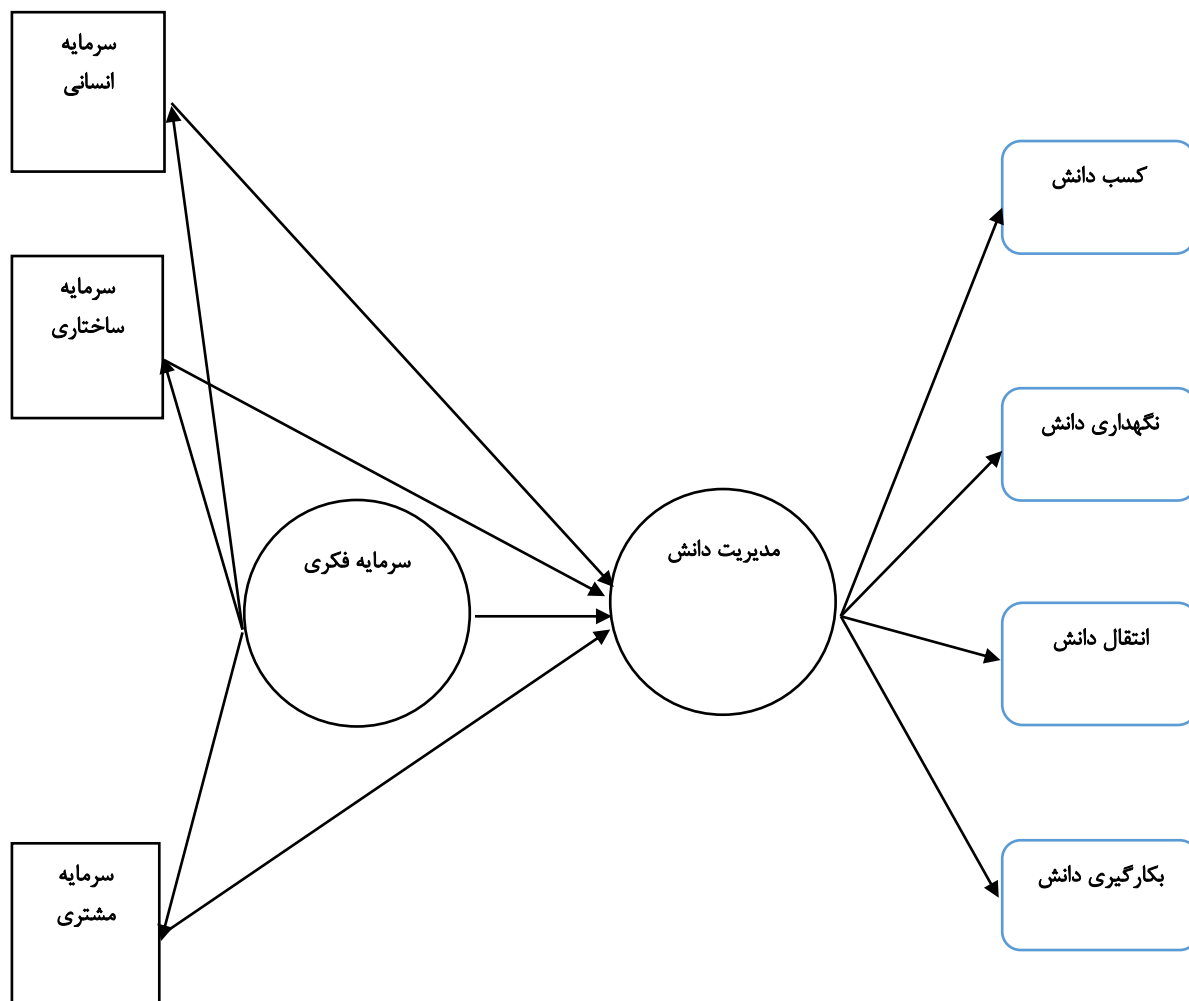
³⁹ - Knowledge Storage

⁴⁰ - Knowledge Transfer

⁴¹ - Knowledge Application



مدل مفهومی تحقیق



شکل ۵: مدل مفهومی تحقیق

سرمایه فکری و مدیریت دانش کارکنان و بهبود آن، افزایش بهسازی کارکنان را در سازمان به دنبال خواهد داشت و در نتیجه می‌توان انتظار داشت که کارایی و اثربخشی و در پی آن بهسازی افراد افزایش یابد.

بحث و نتیجه‌گیری

شرکت‌ها به دلایل متعددی تمایل و توجه به اندازه‌گیری سرمایه فکری دارند. در یک مطالعه هلمن^{۴۲} (۲۰۰۵)، پنج دلیل اصلی توجه شرکت‌ها به سرمایه فکری را به صورت زیر بیان می‌کند:

- ۱) اندازه‌گیری سرمایه فکری می‌تواند به تدوین استراتژی تجاری برای یک سازمان کمک کند.
 - ۲) سازمان با شناسایی و توسعه سرمایه فکری می‌تواند یک مزیت رقابتی را به دست آورد.
 - ۳) ایجاد شاخص‌های کلیدی عملکرد که به ارزیابی اجرای استراتژی کمک خواهد کرد.
 - ۴) استفاده از ارزیابی‌های غیرمالی سرمایه فکری می‌تواند به طرح‌های باز پرداخت و پاداش شرکت ارتباط داده شود.
 - ۵) ارتباط با سهامداران خارجی که دارایی‌های فکری شرکت‌ها را در اختیار دارند.
- دلایل اول تا چهارم برای اهداف درون سازمانی و دلیل پنجم برای اهداف خارج از سازمان می‌باشد.

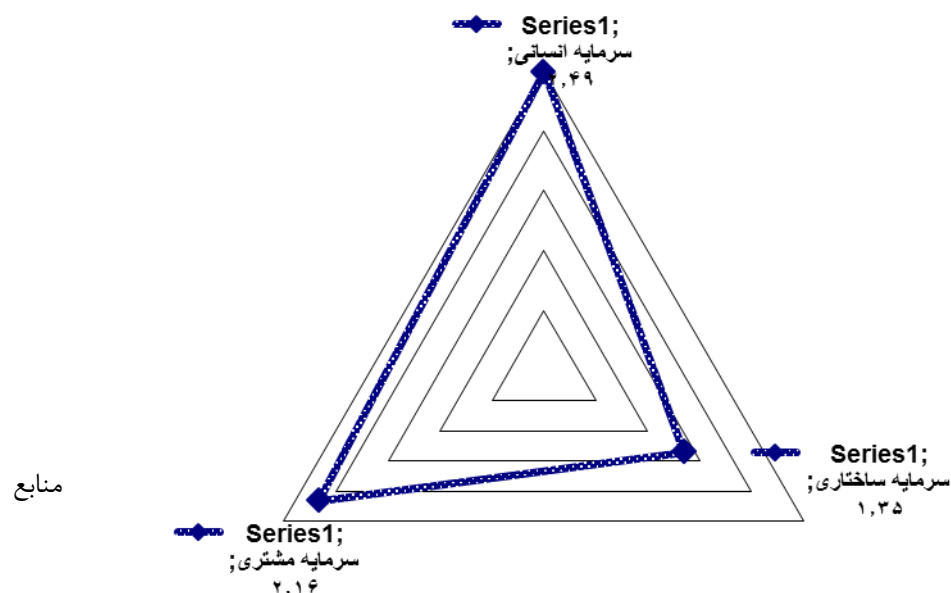
⁴². Holmen



در یک مطالعه‌ی دیگر، مار^{۴۳}(۲۰۰۴)، دلایل توجه سازمان‌ها به مدیریت سرمایه فکری را شامل دلایلی از قبیل موارد زیر می‌داند:

- (۱) یاری رساندن به سازمان‌ها در جهت تنظیم استراتژی‌ها
- (۲) ارزیابی اجرای استراتژی‌ها
- (۳) یاری رساندن به سازمان‌ها در جهت تصمیمات گسترده و متنوع
- (۴) استفاده از نتایج اندازه‌گیری سرمایه فکری به عنوان مبنایی برای جبران خدمات
- (۵) ابلاغ این دارایی‌ها به ذینفعان خارجی سازمان‌ها
- (۶) بنابراین می‌توان فرضیه صفر را در سطح ۰/۰۱ رد کرده و با ۹۹ درصد اطمینان نتیجه گرفت که بین میانگین رتبه هر یک از ابعاد، تفاوت معنی‌داری وجود دارد، به‌طوری که بالاترین رتبه متعلق به "سرمایه انسانی" و کمترین رتبه مربوط به "سرمایه ساختاری" است.

نتایج بالا به خوبی در نمودار راداری زیر منعکس شده است:



شکل ۶: نمودار راداری مربوط به میانگین رتبه‌ی ابعاد سرمایه فکری



منابع و مآخذ:

- ۱) احمدی، سیدعلی اکبر (۱۳۸۳). مدیریت دانش در سازمان‌های فکری، تهران، انتشارات پیک نور.
- ۲) اخوان، پیمان و حیدری، صفاناژ (۱۳۸۶). مدیریت دانش مشتری رویکردی برای کسب مزیت رقابتی، تهران، انتشارات مدیریت فردا.
- ۳) اخوان، پیمان؛ سنجقی، محمدابراهیم و اجاقی، حامد (۱۳۹۱). بررسی روابط بین مدیریت نوآور، فرهنگ سازمانی و مدیریت دانش (مطالعه موردی در سازمان‌های صنعتی پژوهشی منتخب)، راهبرد دفاعی، ۱۰(۳۸)، ص ۱۷۵-۱۹۹.
- ۴) افزاره، عباس و بعیدفر، مرضیه (۱۳۸۶). سرمایه فکری نقطه اتصال دولت، دانشگاه و صنعت مثال بیلان دانش در دانشگاه. رشد فناوری، ۳(۱۱)، صص ۴۱-۴۷.
- ۵) امین مقدم، علی؛ ستوده‌ریاضی، مریم (۱۳۸۴). ارائه مدلی برای توسعه مدیریت دانش در سازمانهای تحقیقاتی با رویکرد استفاده موثر از فناوری اطلاعات و ارتباطات"، پنجمین همایش مراکز تحقیق و توسعه صنایع و معادن، تهران، ۱۳۸۴.
- ۶) امین بیدختی، علی اکبر؛ مکوندحسینی، شاهرخ و احسانی، زهرا (۱۳۹۰). بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و مدیریت دانش در سازمان آموزش و پرورش شهرستان سمنان. راهبرد، ۲۰(۵۹)، صص ۱۹۱-۲۱۶.
- ۷) جعفرزاد، احمد؛ قاسمی، احمدرضا (۱۳۸۷). ارائه مدل اکتساب فن‌آوری با توجه به راهبرد سرمایه‌های فکری در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران، نشریه مدیریت فناوری اطلاعات، دوره یک، شماره یک، صص: ۳۶-۱۹.
- ۸) جعفری، مصطفی، رضائی نور، جلال، حسنوی، رضا (۱۳۸۵). بازنگری مدل‌های اندازه‌گیری سرمایه فکری: یک رویکرد کل نگر، چهارمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف.
- ۹) حافظ نیا، محمد رضا (۱۳۸۰). مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، تهران، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت).
- ۱۰) حافظ‌نیا، محمدرضا (۱۳۸۴). مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، انتشارات سمت.
- ۱۱) حسن زاده، رمضان (۱۳۸۷). روشهای تحقیق در علوم رفتاری. تهران، انتشارات ساوالان.
- ۱۲) دانایی‌فرد، حسن، الوانی، سید مهدی و آذر، عادل (۱۳۹۱). روش شناسی پژوهش کمی در مدیریت؛ رویکردی جامع، تهران، انتشارات صفار.
- ۱۳) شفیع زاده، رضا، فخاریان، محمد و شوقی، بهزاد (۱۳۹۰). بررسی ارتباط میان عوامل سازمانی مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی شرکت آلومینیوم پارس)، چهارمین کنفرانس مدیریت دانش، ۲۵ و ۲۶ بهمن ۱۳۹۰، مرکز همایش‌های بین‌المللی رازی تهران.
- ۱۴) شوقی، بهزاد و خوش قیام، زهرا (۱۳۹۱). مدیریت دانش و یادگیری سازمانی (مفاهیم، تعاریف و نظریه‌ها)، تهران، انتشارات شمیم دانش.
- ۱۵) شوقی، بهزاد، حسین زاده، داوود و مولایی، علی (۱۳۹۱). بررسی ارتباط میان ابعاد مدیریت دانش و عوامل کلیدی مؤثر بر آن با خلاقیت کارکنان (مطالعه موردی: شرکت کاریزان خودرو شهر صنعتی کاوه)، اولین همایش ملی حسابداری و مدیریت، ۲۷ اردیبهشت ۱۳۹۱، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نور.
- ۱۶) زاهدی، حسین و احمدی، رضا و کاظمی، احمد (۱۳۸۶). مدیریت سرمایه‌های فکری، تهران، انتشارات ترمه
- ۱۷) شوقی، بهزاد، شفیع زاده، رضا و خلج، علیرضا (۱۳۹۰). بررسی ارتباط میان عوامل مؤثر بر تسهیم دانش با نوآوری سازمانی (مطالعه موردی: شرکت آلومینیوم پارس ساوه)، دومین کنفرانس تخصصی سازمان‌های دانش بنیان، ۱۹ دی ماه ۱۳۹۰، هتل المپیک تهران.
- ۱۸) هومن، حیدرعلی (۱۳۹۰). شناخت روش علمی در علوم رفتاری، تهران: انتشارات سمت.



- 20) Azma, F; Mostafapour, M. A. (2011). "Identify Knowledge management And Organizational learning Indicators and its relation With Creativity", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol. 30, pp. 2249 – 2252.
- 21) Bellinger, G., Castro, D., & Mills, A. (2004). "Data, Information, Knowledge, and Wisdom", online available February 7: <http://www.systems-thinking.org/dikw/dikw.htm>.
- 22) Bernnan, N. and Connell, B. (2000), "Intellectual capital: Current issues and policy implications" *Journal of intellectual capital*, Vol. 1 No. 3, pp. 206 – 240.
- 23) Bhatt, G, D. (2002). "Management strategies for individual knowledge and organizational knowledge", *Journal of Knowledge Management*, Vol. 6, No. 1, pp. 31 – 39.
- 24) Blumenberg, S; TheoWagner, B; Beimborn, D. (2009). "Knowledge transfer processes in IT outsourcing relationships and their impact on shared knowledge and outsourcing performance", *International Journal of Information Management*, Vol. 29, pp. 342-352.
- 25) Bontis, N. (1998). "Intellectual Capital: An exploratory study that develops measure and models ", *Management Decision*, Vol. 36, No.2, pp: 63-76.
- 26) Bontis, N. (1998). "Intellectual Capital: An exploratory study that develops measure and models ", *Management Decision*, Vol. 36, No.2, pp: 63-76.
- 27) Bontis, N., W. Chua Chong Keow and S. Richardson. (2000). "Intellectual Capital and Business Performance in Malaysian Industries", *Journal of Intellectual Capital*, Vol 1, No 1, pp: 58-100.
- 28) Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education*: 241-258. New York: Greenwood.
- 29) Bozbura, F. T. (2004). Management and application of intellectual capital in Turkey. *The Learning Organization*. Vol. 11, No. 4/5, pp. 357-367.
- 30) Brachos, D; Kostopoulos, K; EricSoderquist, K; Prastacos, G. (2007). "Knowledge Effectiveness, Social Context and Innovation", *Journal of Knowledge Management*, Vol. 11, No. 5, pp. 31-44.
- 31) Brooking, A. 1997. "Intellectual capital". *International Thomson Business Press*, London, Vol 8, No 12 -13, p 76.
- 32) Butler, T; Feller, J; Pope, A; Emerson, B; Murphy, C. (2008). "Designing a core IT artefact for Knowledge Management Systems using participatory action research in a government and a non-government organization", *Journal of Strategic Information Systems*, Vol. 17, pp. 249-267.
- 33) Cabrita, M.R. and Bontis, N. (2008) 'Intellectual capital and business performance in the Portuguese banking industry', *Int. J. Technology Management*, Vol. 43, Nos. 1-3, pp.212–237.
- 34) Castro, G. M; Sáez, P. L; Navas López, J. Emilio, (2004) "The role of corporate reputation in developing relational capital", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 5 Iss: 4, pp.575 - 585
- 35) Cavel, A. D. (2007). *Making sense of Intellectual Capital*, Boston, Elsevier Butterworth, Heinemann, pp. 364-371.
- 36) Chaharbaghi, K., Cripps, S. (2006) «Intellectual Capital: Direction, not Blind Faith», *Journal of Intellectual Capital*; Vol. 7 No. 1, pp.29-42.
- 37) Chait, L. P. (2000). "Creating a Successful KM System", *IEEE Engineering Management Review*, Vol. 28, No.2, pp. 92-95.
- 38) Chan, K. H. (2009), "Impact of intellectual capital on organisational performance: an empirical study of companies in the Hang Seng Index (part 1)", *The Learning Organization*, Vol. 16, No. 1, pp. 4-21.