

سرمایه‌های فکری؛ نوآوری‌های سازمانی

www.ketab.ir

مؤلفان:

برات محمد عاشقی

اسماعیل صداقتی نیا



سازمان اسناد و کتابخانه ملی
جمهوری اسلامی ایران

سرشناسه	: عاشقی، برات محمد، ۱۳۶۴ -
عنوان و نام پدیدآور	: سرمایه‌های فکری، نوآوری‌های سازمانی/مولفان برات محمد عاشقی، اسماعیل صدیقی‌نیا؛ ویراستار ستاره ملوانلو صحرایی.
مشخصات نشر	: بجنورد: گسترش علوم نوین، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	: ۱۰۸ ص.
شابک	: 978-600-8470-49-6: ۹۰۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست نویسی	: فہپا
یادداشت	: کتابخانه: ص. ۹۲.
موضوع	: دانشگاه آزاد اسلامی - کارکنان - نمونه پژوهی
موضوع	: سرمایه فکری - ایران - نمونه پژوهی
موضوع	: Intellectual capital - Iran - Case studies
موضوع	: نوآوری - ایران - نمونه پژوهی
موضوع	: Technological innovations - Iran - Case studies
موضوع	: اقتصاد - ایران - بنیان
موضوع	: Knowledge economy - Iran
شناسه افزوده	: عاشقی، محمد، ۱۳۶۴ -
رده بندی کنگره	: ۳۹۶، ۵۰، ۵۵، ۶۵
رده بندی دیویی	: ۳۸۰۹۵۵
شماره کتابشناسی ملی	: ۲۷۷۲۷۶۵

انتشارات:

عنوان کتاب:

مؤلفان:

ویراستار:

طراح جلد:

نوبت چاپ:

شمارگان:

شابک:

تعداد صفحات:

قیمت:

گسترش علوم نوین

سرمایه‌های فکری؛ نوآوری‌های سازمانی

برات محمد عاشقی، اسماعیل صدیقی‌نیا

ستاره ملوانلو صحرایی

هادی شاهی

اول، تابستان ۱۳۹۶

۱۰۰۰ جلد

۹۷۸-۶۰۰-۸۴۷۰-۴۹-۶

۱۰۸ صفحه

۹۰۰۰۰ ریال

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

۱	پیشگفتار
۴	مقدمه
۷	اهمیت موضوع
۹	تاریخچه سرمایه فکری
۱۳	سرمایه فکری
۱۸	دسته‌بندی دارایی‌های سازمان
۲۰	سیر تکاملی سرمایه فکری
۲۱	ابعاد سرمایه فکری
۲۳	سرمایه ساختاری
۲۵	سرمایه رابطه‌ای (مشتری)
۲۷	رویکردهای سرمایه فکری
۲۹	سنجش و اندازه‌گیری سرمایه‌های فکری
۳۰	دلایل توجه به اندازه‌گیری سرمایه فکری
۳۰	دلایل کم‌توجهی به سرمایه فکری
۳۲	تنظیم استراتژی
۳۳	ویژگی‌های سرمایه فکری
۳۴	اهداف اندازه‌گیری سرمایه فکری
۳۵	منافع و مزایای اندازه‌گیری سرمایه فکری
۳۶	پیچیدگی اندازه‌گیری سرمایه فکری از نظر روس
۳۷	روش‌ها و الگوهای اندازه‌گیری سرمایه فکری
۴۰	الگوهای سنجش سرمایه فکری
۴۰	الگوی رهیاب اسکاندیا
۴۳	الگوی شاخص سرمایه فکری
۴۴	الگوی تکنولوژی بروکر

۴۵	الگوی نمایشگر دارایی های نامشهود
۴۶	الگوی ارزش افزوده اقتصادی
۴۷	الگوی کارت امتیازی متوازن
۴۸	نوآوری
۵۱	ویژگی های سازمان های نوآور
۵۴	انواع نوآوری
۵۶	انواع نوآوری از دیدگاه سازمان و به صورت کاربردی
۵۷	ابعاد و مؤلفه های نوآوری
۶۱	مدل های فرآیند نوآوری
۶۳	عوامل مؤثر بر شکل دهی فرآیند نوآوری
۶۴	شاخص های سنجش نوآوری
۶۵	سازمان نوآور
۶۶	موانع نوآوری سازمانی
۶۷	سیر تحول نوآوری
۶۹	مدل های نوآوری سازمانی
۷۳	رابطه فرهنگ سازمانی و نوآوری
۷۷	ملزومات نوآوری سازمانی
۸۱	رابطه مدیریت الکترونیک و نوآوری سازمانی
۸۳	مطالعات در داخل کشور
۸۷	مطالعات در خارج کشور
۹۳	فهرست منابع

پیشگفتار

ظهور اقتصاد جدید مبتنی بر دانش و اطلاعات، منجر به افزایش علاقه‌ی محققان به مطالعه در حوزه‌ی سرمایه‌ی فکری^۱ شده است. این حوزه که توجه بسیاری از محققین را به خود جلب کرده است، سرمایه‌ی فکری را به عنوان ابزاری برای تعیین ارزش سازمان مورد استفاده قرار می‌دهند (پیوتانگ و دیگران^۲، ۲۰۰۷). در جوامع دانش‌محور کنونی، ارزش و اهمیت بازده سرمایه فکری بکار گرفته شده در قابلیت سودآوری پایدار و مستمر سازمان‌ها بیش از بازده سرمایه مالی بکار گرفته شده است (رستمی و سراجی، ۱۳۸۴). در اقتصاد دانش‌محور حال حاضر، سرمایه فکری بخش مهمی از ارزش سازمان‌ها محسوب می‌شود. توانایی برای مدیریت و کنترل سرمایه فکری مستلزم این است که سازمان‌ها بتوانند سرمایه فکری را شناسایی، اندازه‌گیری و گزارش کنند (میر کوئیسترا و دیگران^۳، ۲۰۰۱). سرمایه فکری فراهم کننده یک پایگاه منابع جدید است که از طریق آن سازمان به رقابت می‌پردازد و به آن بخش از کل دارایی‌های ناملموس^۴ جمعی که مبتنی بر دانش است سازمان را برای عمل قادر می‌سازد گفته می‌شود. تأکید بر سرمایه فکری یک تفاوت اساسی میان عملیات سازمان‌ها در اقتصاد قدیم و اقتصاد نوین را نشان می‌دهد که در اقتصاد قدیم ارزش ناشی از دارایی‌های فیزیکی بود در حالی که در اقتصاد نوین، ارزش از به کارگیری علم و سرمایه فکری خلق می‌شود (دستگیر و محمدی، ۱۳۸۸). در حال حاضر عنصر دانایی به عنوان رکن اصلی توسعه اقتصادی و اجتماعی نه تنها در برنامه پنجم توسعه

^۱ - Intellectual Capital

^۲ -Pew Tang et al

^۳ -Meer-kooistra et al

^۴ - Intangible assets

کشور ما بلکه در سرتاسر جهان، شناخته شده است به طوری که اقتصاد امروز را اقتصاد دانش‌بنیان می‌نامند. در محیط اقتصاد دانش‌بنیان، سرمایه‌های فکری از ارزش و اهمیت بیشتری نسبت سرمایه‌های فیزیکی برخوردارند و به تعبیری از ضرورت‌های توسعه علمی، فناوریانه و اقتصادی کشورها به حساب می‌آیند. در این میان دانشگاه‌ها منابع سرشاری از سرمایه فکری هستند که در تهیه و به تصویر کشیدن نظام‌های عرضه و تقاضای اطلاعات و هدایت کردن جریان‌های فکری و اطلاعاتی جامعه نقش مؤثری ایفا می‌کنند.

دانشگاه‌ها و مؤسسه‌های امرزنی عالی به عنوان مهم‌ترین منبع، دربرگیرنده بخش عمده اطلاعات و دانش مورد نیاز برای پیشرفت و ترقی و توسعه یک جامعه، مرکز فعالیت‌های مرتبط با ایجاد و تولید، توزیع، انتقال و انتشار دانش محسوب می‌شوند و در صورتی که از توان کافی در این راه برخوردار باشند توقف چنین فعالیت‌های حیاتی که نقش عمده‌ای در پیشرفت و توسعه جامعه دارند، حتمی و مسلم خواهد بود. لذا دانشگاه‌ها نیازمند شناسایی و مدیریت آگاهانه و نظام‌مند سرمایه‌های فکری خود هستند (مهرعلی زاد و همکاران، ۱۳۹۰). با توجه به سرعت شتابنده تغییرات و تحولات علمی، فناوریانه، اجتماعی، فرهنگی و ... در عصر حاضر، سازمان‌هایی موفق و کارآمد محسوب می‌شوند که علاوه بر هماهنگی با تحولات جامعه امروزی، بتوانند مسیر تغییرات و دگرگونی‌ها را نیز در آینده پیش‌بینی کرده و قادر باشند که این تغییرات را در جهت ایجاد تحولات مطلوب برای ساختن آینده‌ای بهتر هدایت کنند. با وجود این، مشاهدات و مطالعات نشان می‌دهد که بسیاری از سازمان‌ها نه تنها نوآور و خلاق نیستند بلکه حتی در هماهنگی با تحولات و پیشرفت‌ها و تغییرات عصر

حاضر نیز ناتوان مانده و اغلب با شیوه‌های ناکارآمد سنتی اداره می‌شوند (آقا داود و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۲۸)؛ و اگر سازمانی به دنبال پیشرفت باشد، باید خود را با نیازهای جدید و تغییرات محیطی هماهنگ کرده و همگام با تغییرات محیط، ساختار خود را تغییر دهد تا (دست کم) بتواند نیازهای جدید خود را (متناسب با تغییرات یادشده) برآورده کند. نوآوری، یکی از راه‌های افزایش مزیت رقابتی است که بیشتر وقت‌ها به‌عنوان یکی از مهم‌ترین نگرش‌های راهبردی سازمان‌ها برای دستیابی به موفقیت‌های بلند مدت، دیده می‌شود و تأثیر قابل توجهی بر امور مخاطره‌آمیز دارد (تاج‌الدینی، ۲۰۰۰).

همچنین سازمان‌های امروزی برای آنکه بتوانند در پارادایم جدید رقابت میان سازمان‌ها که فضای کاملاً رقابتی و دانش‌محور است، به حیات خود ادامه دهند باید به نوآوری به‌عنوان یک استراتژی مدیریتی در عصر کنونی نگاه کنند و ضمن شناخت تغییر و تحولات محیطی، برای رویارویی با آن‌ها، شاخص‌های سازمانی تأثیرگذار بر نوآوری سازمانی را شناسایی کنند و به این تغییرات مناسب‌ترین پاسخ‌ها را بدهند. در محیط متغیر و دانش‌محور امروزی، نوآوری به‌عنوان عامل تغییر الگوهای رقابت سازمانی و ضرورت سازگاری با تغییرات سریع، بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است به همین دلیل، یکی از مسائلی که مدیران سازمان‌ها با آن مواجه می‌شوند این مسئله است که چه اقداماتی را برای توسعه و بهبود نوآوری در سازمان باید انجام دهند (زرین سبب، ۱۳۹۰).

مقدمه

امروزه با رشد و پیشرفت تکنولوژی اطلاعات و دانشی شدن اقتصاد جهانی، سازمان‌ها در محیطی قرار گرفته‌اند که ناگزیر برای بقای خود و پیروز شدن در دنیای رقابت دانایی محور، به دارایی‌های ناملموس خود اهتمام ورزند. اقتصاد نوین نقش مهمی در افزایش چشمگیر اهمیت سرمایه فکری داشته است (بیک زاده و پورمحمدی، ۱۳۸۹). رواق امروزه سازمان‌ها با محیطی روبه‌رو هستند که مشخصه آن افزایش پیچیدگی و جهانی شدن و برابری است لذا سازمان‌ها برای استمرار و استقرار خود با چالش‌های نوینی مواجه هستند که برون‌رفت از این چالش‌ها مستلزم توجه بیشتر به توسعه و تقویت مهارت‌ها و توانایی‌ها، درونی است که این کار از طریق مبانی دانش سازمانی و سرمایه فکری صورت می‌گیرد که سازمان‌ها از آن‌ها برای رسیدن به عملکرد بهتر در دنیای کسب و کار استفاده می‌کنند. دانش و سرمایه‌های فکری به عنوان استراتژی‌های پایدار برای حصول و نگهداری مزیت رقابتی سازمان‌ها تشخیص داده شده است (پهلوانیان، ۱۳۹۱). مهم‌ترین ویژگی‌ها سازمان‌های موفق در شرایط محیطی همواره پیچیده و متغیر، عبارت‌اند از: درک و پیش‌بینی تغییر و تحول، واکنش سریع و همگانی مناسب با تغییر و تحول. این دو مورد، از ویژگی‌های سازمان‌های نوآور است که در آن فرایندهای نوآوری نهادینه شده است و به‌طور مستمر و فراگیر جریان دارد. نوآوری تقریباً شامل تمامی جنبه‌های حیات سازمان، سازوکارها، فرایندها، فعالیت‌ها و جنبه‌های خرد و کلان سازمان می‌شود. نوآوری سازمانی^۱ موجب رشد، توسعه و بالندگی شده و قابلیت‌ها، امکانات و فرصت‌های

^۱ - Organizational Innovation

جدیدی را برای فعالیت و برنامه‌های سازمانی، همچنین ارتقای کیفیت و بهبود حیات کاری سازمان فراهم می‌کند. پیامدهای مثبت و سازنده فرایندهای نوآوری، موجب افزایش انعطاف‌پذیری، ارتقای سطح توانایی‌ها و قابلیت‌های یادگیری سازمان می‌شود؛ بنابراین سازمان‌ها نه تنها برای بهتر شدن یا افزایش کیفیت و ارتقا بلکه برای سازگار شدن و ادامه حیات و بقای خود همواره به نوآوری‌های سازمانی به مثابه آنتروپی منفی^۱ نیازمندند. (گاستان هاشمی، ۱۳۸۰). لذا چنانچه سازمانی بخواهد در چنین شرایطی نوآور باشد و خود را با تغییرات فزاینده عصر حاضر سازگار سازد، باید توسعه و گسترش سرمایه فکری در سازمان را جزء اولویت‌های خود قرار دهد و در جهت بهبود و توسعه آن‌ها برای ارتقاء سطح نوآوری سازمانی تلاش کند. سرمایه فکری بخش مهمی از ارزش سازمان‌ها محسوب می‌شود. توانایی برای مدیریت و کنترل سرمایه فکری مستلزم این است که سازمان‌ها بتوانند سرمایه فکری را شناسایی، اندازه‌گیری و گزارش کنند (میر-کویستر و دیگران، ۲۰۰۱).

از جنگ جهانی دوم تاکنون دو انقلاب علمی به رواج پیوسته است: انقلاب علمی اول در اوایل قرن بیستم اتفاق افتاد که طی آن دانشگاه‌ها علاوه بر مأموریت آموزشی، مأموریت تحقیقاتی را نیز برعهده گرفته‌اند و بر این اساس، گروه‌ها را متمرکز تحقیقاتی درون دانشگاه به وجود آمدند. انقلاب علمی دوم در اواخر قرن بیستم اتفاق افتاد که طی آن دانشگاه‌ها علاوه بر مأموریت آموزشی و تحقیقاتی، مأموریت سوم، یعنی نوآوری فناوری^۲ را نیز برعهده گرفته‌اند و دانشگاه‌های کارآفرین در حال ظاهر شدن

^۱ - Negative entropy

^۲ - Technology Innovation

هستند (ایتز کویتز^۱، ۲۰۰۱). همچنین سازمان‌های امروزی برای این که بتوانند در پارادایم جدید رقابت میان سازمان‌ها که فضای کاملاً رقابتی و دانش‌محور است، به حیات خود ادامه دهند باید به نوآوری به عنوان یک استراتژی ضروری در عصر کنونی نگاه کنند و ضمن شناخت تغییر و تحولات محیطی، برای رویارویی با آن‌ها، شاخص‌های سازمانی تأثیرگذار بر نوآوری سازمانی را شناسایی کنند و به این تغییرات مناسب‌ترین پاسخ‌ها را بدهند. در محیط متغیر و دانش‌محور امروزی، نوآوری به علت تغییر الگوهای رقابت سازمانی و ضرورت سازگاری با تغییرات سریع، بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است. به همین دلیل، یکی از مسائلی که مدیران سازمان‌ها با آن مواجه می‌شوند این مسئله است که چه اقداماتی را برای توسعه و بهبود نوآوری در سازمان باید انجام دهند (زرین کوب، ۱۳۹۰). نوآوری به کارگیری ایده‌های نوین ناشی از خلاقیت است که می‌تواند یک محصول جدید خدمت جدید یا راه‌حل جدید انجام کارها باشد. به عبارت دیگر نوآوری فرایند درآتش جاد دانش مربوط و تبدیل آن به محصولات و خدمات بهبودیافته و یا جدید، برانگیزندگی که خواهان آن‌ها هستند، است (دهقان نجم، ۱۳۸۸).

دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیروان به عنوان یکی از بزرگ‌ترین و قدیمی‌ترین مؤسسات آموزش عالی (در سال ۱۳۶۶ تأسیس شده است) در توسعه تحصیلات تکمیلی به صورت کمی ایفای نقش داشته است و به منظور توسعه کیفی چاره‌ای جز توجه به نوآوری سازمانی ندارد و می‌بایست بر نیروی انسانی آن توجه ویژه‌ای داشته باشد، بنابراین سؤال اصلی این کتاب عبارت است از:

«آیا بین سرمایه فکری و نوآوری سازمانی کارکنان و اعضای هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیروان رابطه وجود دارد؟».

اهمیت موضوع

در عصر حاضر مهم‌ترین عامل موفقیت در عرصه رقابت جهانی کارکنان و مدیران به عنوان سرمایه انسانی و فکری یک سازمان می‌باشند. مدیران و کارکنان خلاق و هوشمند ارائه ایده‌های جدید و نو سازمان را یاری می‌کنند تا در عرصه جهانی که با وجود اطلاعات وسیع و سرعت بالای نوآوری رقابت بسیار فشرده و تنگاتنگ شده است ادامه حیات یابند و به سوی موفقیت گام بردارند. به همین دلیل سازمان‌ها برای حفظ موقعیت رقابتی خود به دنبال جذب و حفظ و توسعه نیروی انسانی خلاق و نوآور برای رشد و تعالی سازمان خود هستند و منابع انسانی و توسعه و رشد آن یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت سازمان‌ها تلقی شده است. سرمایه فکری در نوآوری، بهره‌وری، رشد و نمو، رقابت‌جویی تجاری و عملکرد اقتصادی از اهمیت اساسی و فزاینده‌ای برخوردار است (لیم و دالیمور^۱، ۲۰۰۴). این دارایی‌ها فرصت‌های سازمان را افزایش می‌دهند (سودرسانام و دیگران^۲، ۲۰۰۶). اندازه‌گیری سرمایه فکری گام مهمی است در تعیین اینکه چگونه بهبود بهره‌وری کلی سازمان اندازه‌گیری شود. بدون اندازه‌گیری صحیح سرمایه فکری، شرکت یا سازمان به‌طور صحیحی اندازه‌گیری نمی‌شود و مدیریت قادر به تنظیم و تعیین استراتژی نیست. سرمایه فکری در تدوین و تنظیم استراتژی یک سازمان باید مورد توجه قرار گیرد و همچنین باید به عنوان یکی از

^۱ - Lim and Dallimore

^۲ - Sudar Sanam et al