



دانشگاه شاهرود
پایه

اقتصاد دانش و کار آفرینی اجتماعی

دکتر علی شجاعی فرد دکتر علی بیرانوند

امروز کتابخوانی و علم‌آموزی نه تنها یک وظیفه‌ی ملی، که یک واجب دینی است.^۱

مقام معظم رهبری

در عصر حاضر یکی از شاخصه‌های ارزیابی رشد، توسعه و پیشرفت فرهنگی هر کشوری میزان تولید کتاب، مطالعه و کتابخوانی مردم آن مرز و بوم است. ایران اسلامی نیز از دیرباز تاکنون با داشتن تمدنی چندهزارساله و مراکز متعدد علمی، فرهنگی، کتابخانه‌های معتبر، علما و دانشمندان بزرگ با آثار ارزشمند تاریخی، سرآمد دولت‌ها و ملت‌های دیگر بوده و در عرصه فرهنگ و تمدن جهانی به‌سان خورشیدی تابناک همچنان می‌درخشد و با فرزندان نیک‌نهاد خویش هنرنمایی می‌کند. چه کسی است که در دنیا با دانشمندان فرزانه و نام‌آور ایرانی همچون ابوعلی سینا، ابوریحان بیرونی، فارابی، خوارزمی و ... همچنین شاعران برجسته‌ای نظیر فردوسی، سعدی، مولوی، حافظ و ... آشنا نباشد و در مقابل عظمت آنها سر تعظیم فرود نیاورد. تمامی این افتخارات ارزشمند، برگرفته از میزان عشق و علاقه فراوان ملت ما به فراگیری علم و دانش از طریق خواندن و مطالعه منابع و کتاب‌های گوناگون است. به شکرانه الهی، تاریخ و گذشته ما، همیشه درخشان و پر بار است. ولی اکنون در این زمینه در چه جایگاهی قرار داریم؟ آمار و ارقام ارائه‌شده از سوی مجامع و سازمان‌های فرهنگی در مورد سرانه مطالعه هر ایرانی، برایمان چندان امیدوارکننده نمی‌باشد.

کتاب، دروازه‌ای به سوی گستره دانش و معرفت است و کتاب خوب، یکی از بهترین ابزارهای کمال بشری است. همه دستاوردهای بشر در سراسر عمر جهان، تا آنجا که قابل کتابت بوده است، در میان دست‌نوشته‌هایی است که انسان‌ها پدید آورده و می‌آورند. در این مجموعه بی‌نظیر، تعالیم الهی، درس‌های پیامبران به بشر، و همچنین علوم مختلفی است که سعادت بشر بدون آگاهی از آنها امکان‌پذیر نیست. کسی که با دنیای زیبا و زندگی‌بخش کتاب ارتباط ندارد بی‌شک از مهم‌ترین دستاورد انسانی و نیز از بیشترین معارف الهی و بشری محروم است. با این دیدگاه، به‌روشنی می‌توان ارزش و مفهوم رمزی عمیق در این حقیقت تاریخی را دریافت که اولین خطاب خداوند متعال به پیامبر گرامی اسلام (ص) این است که «بخوان!» و در اولین سوره‌ای که بر آن فرستاده عظیم‌الشان خداوند، فرود آمده، نام «قلم» به تجلیل یاد

1. <https://farsi.khamenei.ir/message-content?id=2696>

شده است: «إِقْرَأْ وَ رَبُّكَ الْأَكْرَمُ. الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ» در اهمیت عنصر کتاب برای تکامل جامعه انسانی، همین بس که تمامی ادیان آسمانی و رجال بزرگ تاریخ بشری، از طریق کتاب جاودانه مانده اند.

دانشگاه پیام نور با گستره جغرافیایی ایران شمول خود با هدف آموزش برای همه، همه جا و همه وقت، به عنوان دانشگاهی کتاب محور در نظام آموزش عالی کشورمان، افتخار دارد جایگاه اندیشه سازی و خردورزی بخش عظیمی از جوانان جویای علم این مرز و بوم باشد. تلاش فراوانی در ایام طولانی فعالیت این دانشگاه انجام پذیرفته تا با بهره گیری از تجربه های گرانقدر استادان و صاحب نظران برجسته کشورمان، کتاب ها و منابع آموزشی درسی شاخص و خودآموز تولید شود. در آینده هم، این مهم با هدف ارتقای سطح علمی، روزآمدی و توجه بیشتر به نیازهای مخاطبان دانشگاه پیام نور با جدیت ادامه خواهد داشت. به طور قطع استفاده از نظرات استادان، صاحب نظران و دانشجویان محترم، ما را در انجام این وظیفه مهم و خطیر یاری رسان خواهد بود. پیشاپیش از تمامی عزیزانی که با نقد، تصحیح و پیشنهادهای خود ما را در انجام این وظیفه خطیر یاری می رسانند، سپاسگزاری می نمایم. لازم است از تمامی اندیشمندانی که تاکنون دانشگاه پیام نور را منزلگاه اندیشه سازی خود دانسته و ما را در تولید کتاب و محتوای آموزشی درسی یاری نموده اند، صمیمانه قدردانی گردد. موفقیت و بهروزی تمامی دانشجویان و دانش پژوهان عزیز آرزوی همیشگی ما است.

دانشگاه پیام نور

فهرست مطالب

یازده

پیشگفتار

فصل اول: دانش

مقدمه

۱

۱

۴

۱-۱ دانش چیست؟

۵

۲-۱ تعریف دانش

۷

۳-۱ داده-اطلاعات-دانش

۹

۴-۱ طبقه‌بندی دانش

۱۱

۵-۱ دانش و کارآفرینی

۱۲

۶-۱ دانش و شرکت‌ها

۱۲

۷-۱ دانش و بازار کار

۱۳

۸-۱ دانش و رقابت جهانی

۱۳

۹-۱ دانش در تجارت و کارآفرینی

۱۴

۱۰-۱ دانش ضمنی

۱۶

۱۱-۱ سازمان و دانش

۱۸

۱۲-۱ استراتژی دانش

۲۱

۱۳-۱ کارآفرینی و دانش

۲۳

نتیجه‌گیری

فصل دوم: جامعه دانش

مقدمه

۲۵

۲۵

۲۶

۱-۲ جامعه اطلاعات و دانش

۲۸

۲-۲ توزیع دانش در جامعه

۲۹

۳-۲ سرمایه فکری

۳۱

۴-۲ اهمیت سرمایه انسانی

۳۳	۵-۲ بخش خدمات
۳۴	۶-۲ تقسیم دیجیتال
۳۵	۷-۲ اینترنت و تقسیم رقمی
۳۷	۸-۲ کارگران دانش
۳۷	۹-۲ کارگران مشروط
۳۹	۱۰-۲ یادگیری در جامعه دانش محور
۴۰	۱۱-۲ جامعه یادگیری
۴۱	۱۲-۲ چشم انداز شغل در جامعه
۴۱	۱۳-۲ جامعه دانش و کشورهای در حال توسعه
۴۲	۱۴-۲ توانمندی اطلاعات
۴۲	۱۵-۲ دسترسی به آموزش
۴۳	۱۶-۲ تأثیر تغییر فناوری
۴۴	۱۷-۲ مزایای دانش در جامعه
۴۵	۱۸-۲ خوشه‌های دانش و مراکز دانش
۴۶	۱۹-۲ دانش و ایجاد خوشه‌ها
۴۹	۲۰-۲ آموزش عالی
۵۱	۲۱-۲ آیا نیازی به آموزش عالی در اقتصاد دانش وجود دارد؟
۵۱	۲۲-۲ جامعه شبکه‌ای
۵۳	۲۳-۲ جبرگرایی فناوری
۵۴	۲۴-۲ تقلیل گرایی
۵۴	نتیجه‌گیری

۵۷	فصل سوم: اقتصاد دانش
۵۷	مقدمه
۶۳	۱-۳ اقتصاد دانش
۶۶	۲-۳ ویژگی‌های اقتصاد دانش
۶۸	۳-۳ بخش خدمات و جامعه پس از صنعت
۶۹	۴-۳ دانش جدید و اقتصاد
۷۰	۵-۳ فناوری اطلاعات و ارتباطات و تولید
۷۲	۶-۳ تغییر اجتماعی و فناوری
۷۳	۷-۳ جهانی سازی
۸۱	۸-۳ مقررات زدایی
۸۲	۹-۳ اقتصاد دانش و جهانی شدن
۸۳	نتیجه‌گیری

۸۵	فصل چهارم: کارآفرین و کارآفرینی
۸۵	مقدمه

۸۷	۱-۴ کارآفرین
۹۰	۲-۴ کارآفرینی - بازآفرینی
۹۲	۳-۴ کارآفرینی و کارآفرینان
۹۹	۱-۳-۴ دانش و کارآفرینی اجتماعی
۹۹	۲-۳-۴ فناوری
۱۰۰	۳-۳-۴ مدیریت کارآفرینی
۱۰۱	۴-۳-۴ فرایند کارآفرینی
۱۰۳	۴-۴ سرمایه اجتماعی
۱۰۳	۱-۴-۴ فرایند اطلاعات
۱۰۴	۲-۴-۴ شبکه‌سازی
۱۱۱	۳-۴-۴ صفات کارآفرینی
۱۱۲	۴-۴-۴ توانایی ریسک‌پذیری
۱۱۳	۵-۴-۴ منبع کنترل
۱۱۴	۶-۴-۴ نیاز به خودمختاری
۱۱۵	۷-۴-۴ نیاز به موفقیت
۱۱۵	۸-۴-۴ تحمل ابهام
۱۱۶	۹-۴-۴ خلاقیت
۱۱۸	۵-۴-۴ عدم اطمینان و کارآفرینی
۱۲۱	فصل پنجم: کارآفرینی اجتماعی
۱۲۱	مقدمه
۱۲۲	۱-۵ کارآفرینی اجتماعی
۱۲۴	۲-۵ تفاوت کارآفرینی اجتماعی و متعارف
۱۲۵	۳-۵ مفاهیم مأموریت محور از کارآفرینی اجتماعی
۱۲۶	۴-۵ مفاهیم روش محور از کارآفرینی اجتماعی
۱۲۷	۵-۵ چه کارآفرینی اجتماعی نیست؟
۱۲۸	۶-۵ مأموریت اجتماعی
۱۳۰	۷-۵ «پیچیدگی افزوده» کارآفرینی اجتماعی و نظریه شرکت
۱۳۱	۸-۵ نظریه شرکت
۱۳۲	۹-۵ نظریه مبتنی بر دانش
۱۳۵	۱۰-۵ مأموریت اجتماعی و تکرار دانش
۱۴۳	۱۱-۵ نقش شبکه‌های اجتماعی و آموزش عالی در توسعه کارآفرینی اجتماعی
۱۴۵	۱۲-۵ چالش‌های اجتماعی
۱۴۷	۱۳-۵ کارآفرینی اجتماعی
۱۵۰	۱۴-۵ کارآفرینی اجتماعی دانش‌بنیان
۱۵۳	۱۵-۵ بنگاه‌های اجتماعی
۱۵۶	۱۶-۵ کارآفرینی اجتماعی و فشار اجتماعی

۱۵۸	۱۷-۵ کارآفرینی اجتماعی و تغییر سیستم
۱۵۹	۱۷-۵-۱ قاب‌ها، قاب‌بندی‌ها و چارچوب‌های اقدام جمعی
۱۶۳	۱۷-۵-۲ مقاومت در برابر تغییر سیستم‌ها
۱۶۳	۱۸-۵ نظریه شناختی اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی
۱۶۵	۱۹-۵ گرایش کارآفرینی اجتماعی
۱۶۸	۲۰-۵ ابعاد کارآفرینی اجتماعی
۱۶۹	۲۰-۵-۱ رسالت اجتماعی
۱۷۱	۲۰-۵-۲ نوآوری اجتماعی
۱۷۱	۲۰-۵-۳ تغییر اجتماعی
۱۷۴	۲۱-۵ روحیه کارآفرینی
۱۷۵	۲۲-۵ شخصیت: خلاقیت و مهارت‌های کارآفرینی
۱۷۹	۲۳-۵ تفاوت بین کارآفرینان اجتماعی و سایر رهبران مؤثر
۱۸۰	نتیجه‌گیری
۱۸۳	فصل ششم: شناسایی فرصت
۱۸۳	۶-۱ شناسایی فرصت
۱۸۴	۶-۲ فرصت توسعه
۱۸۵	۶-۳ مزیت محصول
۱۸۵	۶-۴ دانش و توسعه محصول
۲۰۰	۶-۵ جلوه‌های بندواگن
۲۰۳	۶-۶ فرایند تجاری‌سازی
۲۰۵	۶-۷ محرک‌های ارزش خارجی
۲۰۹	نتیجه‌گیری
۲۱۱	فصل هفتم: استراتژی تجاری‌سازی
۲۱۱	مقدمه
۲۱۳	۷-۱ مدیریت هزینه‌ها
۲۱۳	۷-۲ تمایز
۲۱۷	۷-۳ تدوین استراتژی
۲۱۸	۷-۴ پیاده‌سازی استراتژی
۲۱۹	۷-۵ تمرکز
۲۲۱	۷-۶ رهبری کارآفرینی
۲۲۲	۷-۷ آنالیز استراتژیک
۲۲۳	۷-۸ نقاط قوت، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها
۲۲۴	۷-۹ هسته تجزیه و تحلیل قدرت
۲۲۵	۷-۱۰ قابلیت اصلی
۲۲۵	۷-۱۱ تحلیل زنجیره ارزش

۲۲۷	۱۲-۷ مزیت رقابتی
۲۲۸	۱۳-۷ برنامه‌ریزی سناریو
۲۲۸	۱۴-۷ رقابت و همکاری شغلی
۲۲۹	۱۵-۷ مارکت پویا
۲۲۹	۱۶-۷ استراتژی اقیانوس آبی
۲۳۲	۱۷-۷ توابع حالت کسب و کار
۲۳۴	۱۸-۷ مدل‌های کسب و کار بنگاه‌های اجتماعی
۲۳۵	۱۹-۷ حالت کسب و کار
۲۳۷	۲۰-۷ حالت کسب و کار برای بنگاه‌های اجتماعی دانش‌بنیان
۲۴۱	۲۱-۷ برخی از زمینه‌های آزمون کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر دانش
۲۴۲	۲۲-۷ پایین هرم
۲۴۴	۲۳-۷ اهداف توسعه پایدار
۲۴۵	نتیجه‌گیری

۲۴۷ منابع

پیشگفتار

عصر کنونی به عنوان عصر دانش جدید، انقلاب صنعتی چهارم، جامعه پسا صنعتی یا اقتصاد دانش لقب گرفته است. محرک رشد در این اقتصاد جدید پیشرفت در فناوری، گسترش دانش و نوآوری مداوم توسط شرکت‌ها و کارآفرینان است. در حالی که اقتصاد دانش همراه با تولید انبوه رایانه‌ها و رشد فناوری اطلاعات و ارتباطات آغاز شده است، این فناوری‌های جدید روند را تشدید کرده و تغییرات اجتماعی رادیکال‌تری را به وجود آورده‌اند. فناوری‌های جدید و انفجار اطلاعات، زمینه‌ای مناسب برای کارآفرینی در اقتصاد دانش ایجاد کرده است. دانش در حال حاضر به وسیله اصلی تولید و بخش قابل توجهی از محصولات نهایی در بسیاری از صنایع تبدیل شده است. این تأثیر دانش به عنوان یک عامل حیاتی در نوآوری و فرایند تولید و اهمیت آن به عنوان یک مؤلفه محصول، ظهور یک حوزه کارآفرینی جدید- کارآفرینی دانش بنیان را برانگیخته است.

در سطح شرکت، جهانی سازی و رقابت از سوی تازه واردان شرکت‌هایی را ملزم به ارزیابی مجدد توانایی‌های خود و ترکیب دانش تخصصی، یافتن دانش مهم از منابع خارجی و داخلی و استفاده از دانش جدید و ارزشمند در فرایندها، روال‌ها و رویه‌های تلاش‌های نوآوری شرکت و عملیات امروز شرکت‌ها برای رقابت‌پذیری به معنای ارائه مداوم نوآوری و اتخاذ سریع آن در محیط در حال تغییر هستند. بدیهی است که نوآوری و پذیرش آن هر دو نیاز به توانایی جذب و استفاده از دانش به طور مؤثر دارند. سهم روبه رشد دارایی‌های نامشهود شرکت‌ها، برجستگی دانش را نه تنها به عنوان وسیله‌ای که از طریق آن ارزش ایجاد می‌شود، بلکه به عنوان یک محصول با استفاده از منابع خاص

خود، نشان می‌دهد. در اقتصاد دانش، دانش نه تنها ورودی برای تولید بلکه یک کالا است. مفهوم دانش به عنوان یک محصول اقتصادی، تمام جنبه‌های دانش را با تأکید ویژه بر سرمایه فکری، دانش فناوری و دانش به عنوان پایه بنیادی نوآوری دربرمی‌گیرد. ایجاد دانش جدید و انتشار نوآوری فرایندهای اصلی است که از طریق آن‌ها توسعه اقتصادی و اجتماعی جامعه دانش صورت می‌گیرد. در این ترکیب اجتماعی جدید، کارآفرینی مجهز به دانش و نوآوری در سطح بالا به عامل اصلی در ایجاد ثروت، شکوفایی و موفقیت تبدیل شده است. کارآفرینی هم‌اکنون در برابر بسیاری از چالش‌های اجتماعی و زیست‌محیطی برای ما ابزاری قدرتمند است. امروزه، افزایش تأثیر کارآفرینی اجتماعی در حل برخی از مهم‌ترین مسائل اجتماعی قابل‌بحث نیست. درحالی‌که کارآفرینی اجتماعی دانش‌بنیان هنوز یک مفهوم نوظهور است، با اجرای پیشرفت‌های فناوری و افزایش آگاهی بهتر کارآفرینان اجتماعی مشتاق از امکاناتی که فناوری و نوآوری دانش‌بنیان می‌توانند تولید کنند، بدون شک به زودی یکی از مهم‌ترین ابزارهای مهم در برابر چالش‌های اجتماعی خواهد بود.

افزایش آگاهی از چالش‌های اجتماعی، جمعیت با تحصیلات بهتر و دسترسی آسان‌تر به دانش و تمایل به ایجاد تغییر، نیاز به کارآفرینی اجتماعی را افزایش داده است. مأموریت کارآفرینان اجتماعی پرداختن به موضوعات اجتماعی از طریق فعالیت‌های کارآفرینی است. هم‌زمان با گسترش اقتصاد دانش، کارآفرینی اجتماعی با به کارگیری فناوری‌های جدید به تدریج به سمت کارآفرینی اجتماعی دانش‌بنیان پیش می‌رود. کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر دانش هنوز در مراحل اولیه رشد است، اما قرائن روند تسریع در روند کار را نشان می‌دهد. در کنار ویژگی‌های مشهود، کاتالیزورها، فرایندها و عوامل آن، مفید است که بدانیم چه نیروهایی در پس رشد کارآفرینی دانش‌بنیان وجود دارد، در چه شرایطی گسترش می‌یابد و چرا برای هر دو کشور پیشرفته و در حال توسعه بسیار ارزشمند است. این کتاب تلاشی است برای روشن‌ساختن درک کنونی از اقتصاد دانش، مؤلفه‌های آن و عوامل محرک این اقتصاد است. همچنین توضیح می‌دهد که چرا و چگونه کارآفرینان یکی از نیروهای اصلی رشد اقتصادی کنونی هستند و چرا فرایندها و استراتژی‌ها عناصر اصلی در کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر دانش هستند.

کارآفرینی اجتماعی دانش‌بنیان، پدیده‌ای بدیع، پیچیده و پویاست. در این کتاب، برای درک بهتر آن و ایجاد زیربنای نظری، ماهیت آن را کاوش کردیم و مشخص نمودیم که عناصر اصلی تعیین‌کننده ظهور و گسترش این نوع جدید از کارآفرینی چیست. علاوه بر بحث در مورد آن از رویکردهای مختلف جامع، ما بسیاری از عوامل مهمی را که باعث ایجاد محیط و زمینه کنونی برای گسترش آن شده‌اند، مورد تجزیه و تحلیل قرار داده‌ایم. در این کتاب اقتصاد دانش و ویژگی‌های کلیدی آنکه جهانی‌سازی، جامعه دانش و پیشرفت فناوری است، به‌عنوان جنبه‌ای که شرایط لازم و کافی را برای تکامل چنین کارآفرینی ایجاد کرده است، مورد بررسی قرار گرفته است. ارکان و عوامل بنیادی رشد کارآفرینی دانش‌بنیان، فناوری، دانش و نوآوری هستند. این موضوعات و تأثیرات آن‌ها مورد مطالعه قرار گرفته است. ضمن بحث درباره چرایی، چگونگی و مواردی که ظهور کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر دانش را امکان‌پذیر کرده است، از منظر کارآفرینان و ویژگی‌های آن‌ها، فرصت‌های کارآفرینی، روند کارآفرینی و رویکردهای استراتژیک مورد اشاره قرار گرفته است.

علی بیرانوند - علی شجاعی فرد

فصل اول

دانش

مقدمه

در طول تاریخ بشر، دانش همیشه یک مؤلفه مهم برای رشد یک تمدن بوده است. توسعه زبان و بعداً نوشتن اشکال روش‌های ارتباطی موردنیاز برای به اشتراک گذاشتن اطلاعات و دانش بود. از چاپخانه گرفته تا تلگراف و از تلفن گرفته تا کدهای موریس، همه تلاش‌هایی بودند که توانایی ارتباطی ما را افزایش داده و با بهتر ساختن مداوم آن، مشکلات ارائه اطلاعات را برطرف می‌کردند. با این حال، تنها در اواسط قرن گذشته موفقیت واقعی در ایجاد اطلاعات است و انتشار آن آغاز می‌شود که مستلزم ظهور فناوری اطلاعات و ارتباطات است.

دانش همیشه به‌عنوان یک عنصر بخش تولید مطرح بوده است. حتی در زمان شکل‌گیری تمدن‌های نخستین، انسان‌ها باید بدانند که کدام حیوانات را شکار کنند، چگونه شکار کنند و چه میوه‌ها و سبزیجات برای مصرف مناسب هستند. از آن زمان به بعد، بخش دانش به‌عنوان یک عامل فردی تولید همراه با پیچیدگی اقتصاد طی قرن‌ها افزایش یافته است. در اقتصاد کشاورزی، دانستن چرخه کشاورزی، روش‌های کشت، آبیاری، برداشت و ذخیره‌سازی بسیار مهم بود. در اقتصاد صنعتی، دانش ارزشمند شد، زیرا دانش و مهارت یکی از مؤلفه‌های کل تولید و فروش بود.

دانش به‌عنوان ورودی تولید با سایر عوامل مانند زمین، سرمایه و نیروی کار تفاوت چشمگیری دارد. سهم عوامل سنتی در محصول نهایی قابل‌اندازه‌گیری است. اما اینکه دانش در تولید، چه ارزش اقتصادی تولید خواهد کرد و چه مدت ارزش بدون تغییر

خواهد ماند، سؤالاتی چالش برانگیز است. زیرا عدم اطمینان دانش، استفاده بالقوه و نتیجه آن را در برمی گیرد.

تأثیر دانش در دنیای امروز عمیق است. هر رابطه اقتصادی، فرایندی و روشی را لمس می کند. اگرچه بهره‌وری نیروی کار همچنان به رشد تولید کمک می کند، عامل دانش تأثیر بیشتری بر روش تولید دارد. درعین حال، دانش بیشتر برای توسعه مهارت‌های فکری که بهره‌وری نیروی کار را افزایش می دهد، ضروری است. اتوماسیون و رباتیک، کار شناختی و استفاده از فناوری در حال تبدیل شدن به هنجاری است که نیاز به کار فیزیکی را در سراسر جهان کاهش می دهد.

اقتصاد مدرن مبتنی بر دانش است. استفاده از دانش به عنوان ابزاری اقتصادی با منابع مبتنی بر مواد اولیه سنتی تفاوت اساسی دارد. اقتصاد جدید به دنبال ارتقا مستمر امکانات تولید با اتوماسیون، پاسخ سریع به محیط بازار و ترجیحات مشتری و نوآوری سریع تر در محصولات و خدمات با تعیبه مؤلفه دانش بیشتر است. در نتیجه، داشتن دانش منحصربه فرد که ارزش اقتصادی و رقابت را به ارمغان می آورد، چنان ارزشمند است که شرکت‌ها، دانشگاه‌ها و مؤسسات تحقیقاتی را مجبور به انجام تحقیق و توسعه، نوآوری و ایجاد دانش جدید می کند. افزایش رقابت در سطح جهانی و فشار ناشی از بازار در حال تحول، توسعه دانش فنی و علمی را نیز به یک اولویت اصلی ملی تبدیل کرده است. کشورهای پیشرفته فراصنعتی در اکثر زمینه‌ها برای حل مشکلات پیچیده در علم، فناوری و آموزش پیشرو هستند. این کشورها همچنین بی وقفه در تلاش‌اند به منظور حفظ موقعیت‌های رقابتی خود، شرایط مساعدی را برای نوآوران و کارآفرینان ایجاد کنند. سایر کشورها برای بهره‌مندی از مزایای اقتصاد دانش، تلاشی ترکیبی، فراگیر و پایدار شامل تمرکز ویژه بر تجارت آزاد، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و سطح عادلانه فناوری و انتقال دانش فنی صورت می گیرد.

در اقتصاد دانش، دانش به مهم‌ترین عامل تولید تبدیل شده است و از سایر موارد مانند زمین، سرمایه و نیروی کار که عناصر اصلی در مراحل قبلی اقتصادی بودند، پیشی گرفته است (پول و سنللمان^۱، ۲۰۰۴). این محصول علاوه بر اینکه یک عامل تولید است، یک محصول نهایی با سهم قابل توجه بازار در اقتصاد دانش است (تاکه^۲، ۲۰۱۰). معتقد

1. Powell & Snellman

2. Teece

است که ونگر^۱ (۲۰۲۲) معتقد است که اقتصاد دانش موجب تلفیق روش‌های تولید و بروز معیارهای جدید در عمل تولید می‌گردد (ونگر، ۲۰۲۲). ونگر (۲۰۲۲)، اقتصاد دانش را پیشرفته‌ترین، سریع‌ترین و مطمئن‌ترین مسیر برای توسعه تئوری اقتصادی می‌داند. ونگر (۲۰۲۲) معتقد است:

«ما عادت کرده‌ایم که تاریخ فعالیت‌های اقتصادی خود را عرصه‌ای از محدودیت‌های بی‌رحم بدانیم که در آن کمبود، نیاز، وابستگی و اجبار نقش اصلی را ایفا می‌کند. با این حال، از منظر ظهور اقتصاد دانش، زندگی اقتصادی نیز همیشه داستانی از پیشروی آشفته تخیل بوده است» (ونگر، ۲۰۲۲، ص ۵).

در یک محیط پیچیده، متغیر و همیشه پیشرفته بازار، دستیابی به عملکرد برتر به‌طور مداوم نیاز به تصمیم‌گیری سریع، به موقع، ارزیابی‌شده و دقیق دارد. دانش یکی از عناصر مهم این فرایند است. داشتن دسترسی به دانش مرتبط، متنی و ارزشمند به موقع برای یک فرایند تصمیم‌گیری آگاهانه در بازار جهانی جهانی و بسیار رقابتی ضروری است. تحول سریع در فضای کسب‌وکار، افزایش چشمگیر اخیر کارآفرینی دانش‌بنیان، رشد انفجاری و دسترسی همه‌جانبه به دانش، تغییرات غیرمنتظره‌ای را در فضای بازار ایجاد می‌کنند. اختلال چشمگیر در بسیاری از بخش‌هایی که صاحبان شرکت در حال از دست دادن زمینه‌های کارآفرینان چابک، پیشرفته و با دانش بیشتری هستند، در حال وقوع است. برای کارآفرینان اجتماعی سؤال این است که چگونه می‌توانند از این تغییر سریع تکاملی استفاده کرده و مشکلات اجتماعی فوری را برطرف کنند. دانش همیشه سازنده تولید بوده است، اکنون که به عامل اصلی بسیاری از صنایع و عامل اصلی رشد اقتصادی تبدیل شده است، پایداری، رشد و حتی بقای شرکت به آن بستگی دارد (سالوچاروی، فرو، و سویبی، ۲۰۰۵). هم شرکت‌ها و هم کارآفرینان می‌دانند که بدون دسترسی به دانش حیاتی در زمان مناسب، بدون جذب سریع‌تر، به اشتراک‌گذاری، استفاده و ایجاد مداوم دانش جدید، نفوذ به بازار با محصولات جدید کار سختی است. در این الگوی جدید، کارآفرینان باید در نظر بگیرند که آن‌ها در رابطه با دانش به یک استراتژی کاملاً جدید احتیاج دارند زیرا دانش دارای ویژگی منحصر به فرد منسوخ‌شدن سریع است. علاوه بر این، در اقتصاد رقابتی مدرن، مصلحت رشد یک شرکت شامل این است که دانش خود را عمداً قبل از رقبا منسوخ کند. این رویکرد

1. Unger

2. Salojärvi, Furu & Sveiby

جدید مدیریت فعالیت‌های مرتبط با دانش را به‌طور مؤثرتر و ایجاد دانش جدید سریع‌تر می‌طلبد. برای این اتفاق، شرکت‌ها باید تشخیص دهند که چگونه نقش دانش در سازمان‌ها به‌سرعت در حال تغییر است، نحوه درک قدرت دانش و نوآوری و بهره‌وری بیشتر را درک کنند و آنچه را که برای دستیابی به این هدف لازم است، روشن کنند. شرکتی با قابلیت‌های پویای پیاده‌سازی فناوری‌های جدید، گرفتن دانش از منابع خارجی و جذب دانش با دانش موجود می‌تواند برنامه‌ها، محصولات و دانش جدیدی را توسعه دهد (کوگوت و زاندر^۱، ۱۹۹۲). داشتن درک روشنی از روند ادغام دانش و چگونگی پایین آمدن دانش از طریق تقسیمات مختلف سازمانی برای هر تلاشی برای ساده‌سازی و بهبود فرایندهای دانش و بهره‌مندی از آن حیاتی است (گران^۲، ۱۹۹۶). به‌دست آوردن، یادگیری، یکپارچه‌سازی و اشتراک دانش در هر سازمانی در سطوح مختلف یک شرکت وجود دارد. مهم این است که آگاهانه و فعالانه این فرایندها را دنبال کنید تا شرکت قادر به تولید ترکیب‌های خلاقانه، مرتبط با وظایف، استراتژیک، بازار و بازار و ترکیب مجدد و در نتیجه تولید محصولات، خدمات، فرایندها و استراتژی‌های نوآورانه باشد (بیرکینشو، حمل، و مل^۳، ۲۰۰۸). ظهور اقتصاد دانش، شرکت‌ها را مجبور می‌کند تا ارزش‌داری‌های دانش خود را دوباره ارزیابی کنند، اهمیت دانش را در استراتژی‌های تجاری خود درک کنند و به تأثیر دانش جدید در تلاش‌های نوآوری خود پی ببرند. این نقش جدید دانش و نیاز به استفاده عملی از آن، مدیریت فعالیت‌های مربوط به دانش را به موضوعی مهم در شرکت تبدیل می‌کند.

۱-۱ دانش چیست؟

علی‌رغم تاریخ طولانی و در حال تکامل مطالعه دانش، معرفت‌شناختی دانش در دهه‌های اخیر جذابیت بیشتری پیدا کرده است. با توجه به اینکه مطالعه تئوری دانش از منظر سازمانی ایده‌های جدیدی را به‌وجود می‌آورد، تا قرن بیستم، موضوع دانش بیشتر توسط فیلسوفان در معرفت‌شناسی مورد مطالعه قرار گرفته و موضوع مهم است. با ظهور عصر فناوری، رشد اقتصاد دانش و تحقق سازمان‌های دانشی، سازمان‌ها در تلاش برای دستیابی به مزیت رقابتی هستند. زمینه مطالعه دانش به‌میزان قابل توجهی افزایش یافته و اکنون

1. Kogut & Zander

2. Grant

3. Birkinshaw, Hamel & Mol

حوزه‌های سازمانی، اقتصادی و اجتماعی را به‌همراه دانش شخصی دارد. این گفتارها برداشت قبلی از دانش را تغییر داده و تعاریف، تقسیم‌بندی‌ها و درک ادراکی مختلفی از دانش ایجاد کرده‌اند که در بسیاری موارد با دیدگاه معرفت‌شناختی - نظریه فلسفی دانش - متفاوت است. سؤالاتی که معرفت‌شناسی نگران آن است این است: دانش دقیقاً چیست؟ آیا دانش قابل اندازه‌گیری است؟ آیا دانش می‌تواند صرفاً تحلیلی باشد؟ چه چیزی را باید به‌عنوان دانش در نظر بگیریم؟ این سؤالات با مشکلات عملی کسب دانش، یکپارچه‌سازی، حفظ، استفاده، انتشار و محافظت که مدیریت دانش آن‌ها را برطرف و مطالعه می‌کند بسیار متفاوت است. علاوه بر این، گفتمان‌های معرفت‌شناختی بیشتر با استفاده از روش‌هایی مانند علیت، جمع‌آوری شواهد و تخصیص این باورها با صفات لازم، پیرامون مفاهیم مربوط به کیفیت‌های مطلوب اعتقادات مانند توجیه، حقیقت، انسجام و بنیاد می‌چرخند (مورتون^۱، ۱۹۹۷). این موضوعات از نظر پیش‌بینی تاریخی برای ارائه درک دانش در علوم سازمانی جالب و به‌عنوان مفاهیم پایه‌ای جالب هستند. با این حال، آن‌ها برای استفاده عملی از دانش در یک سازمان حیاتی نیستند. در علم دانش سازمانی، تلاش‌های زیادی برای ارائه تعریف جهانی از دانش صورت گرفته است. با این حال، هیچ یک از آن‌ها مورد قبول جامعه پژوهش نبوده است. این معضل اعطای تعریفی جهانی از دانش را می‌توان به ماهیت پویا و بسیار ذهنی دانش نسبت داد. برخی از تعاریف بیان شده در زیر تفاوت‌های فاحشی در درک ادراک دانش را نشان می‌دهد.

۱-۲ تعریف دانش

هاسل^۲ (۲۰۰۷) چنین استدلال می‌کند که دانش سازمانی در یک زمینه معرفت‌شناختی متزلزل تنظیم شده است. به همین دلیل در تعریف مفهوم دانش با مشکل روبه‌رو است. این مسئله از این واقعیت نشأت می‌گیرد که دانشی مانند «دانش فنی» که از اهمیت بسیار زیادی در دانش سازمانی برخوردار است، در معرفت‌شناسی نگران‌کننده نیست. معرفت‌شناسی بر دانش گزاره‌ای متمرکز است و همه زمینه‌های تحقیق را دربرمی‌گیرد که در آن حقیقت از منظر ماهیت، منبع و میزان دانش قابل‌شناخت یا حتی ممکن است غیرقابل شناخت باشد (کلین^۳، ۱۹۹۸)، و برخلاف علم سازمانی نسبت به ارزش اقتصادی دانش کاملاً بی‌تفاوت

1. Morton

2. Hassell

3. Klein

است. برعکس، در علوم سازمانی، عاملی در نظر گرفته می‌شود که عوامل اقتصادی از طریق یک رفتار بهینه‌سازی منطقی ایجاد می‌کنند (لانگلويس^۱، ۲۰۰۱). علاوه بر این، تأکید معرفت‌شناسی بر تولید دانش توسط یک فرد و دانش شخصی است. با این وجود، دانش سازمانی مشغول جذب، جمع‌آوری، ایجاد، استفاده و اشتراک دانش در یک زمینه جمعی است (ارنس، لنگر، و برستین^۲، ۲۰۰۶). در زمینه سازمانی، دانش به عنوان «ترکیبی سیال از تجارب قاب‌شده، ارزش‌ها، اطلاعات زمینه‌ای و بینش متخصص که چارچوبی را برای ارزیابی و ترکیب تجربیات و اطلاعات جدید اثبات می‌کند، تعریف می‌شود. از ذهن دانشمندان سرچشمه می‌گیرد و به کار می‌رود. این امر نه تنها در اسناد یا مخازن بلکه در روال سازمانی، فرایندها، اقدامات و هنجارها نیز جاسازی می‌شود (داونپورت و پروسک^۳، ۱۹۹۸). در تضاد کامل با دیدگاه معرفت‌شناختی «باور واقعی توجیه‌شده»، این تعریف فرض می‌کند که دانش یک ابزار، یک سیستم، یک مکانیزم و محصولی است که برای درک محیط و انجام فعالیت‌های عملی استفاده می‌شود. با این حال، این تعریف به ظاهر مفصل و همه جانبه هنوز هم جای انتقاد دارد. باتلر^۴ (۲۰۰۶) خاطرنشان کرد که اگرچه به نظر می‌رسد این تعریف تقریباً همه چیز را پوشش می‌دهد و می‌تواند ادعا کند که نزدیک‌تر به یک تعریف جهانی است، اما یک بازرسی دقیق‌تر، ترک‌های قابل مشاهده در بنیاد آن را نشان می‌دهد. طبق دیدگاه سازنده‌گرایانه اجتماعی او، دانش را نمی‌توان در پرونده‌ها، پایگاه‌های اطلاعاتی و مخازن یا هریک از سیلوهای سازمانی ریشه دواند زیرا دانش را نمی‌توان از دانشمندان جدا و عینیت داد. به نظر وی، جنبه‌های دانش که باید مورد توجه قرار گیرند ۱. دانش ساخته‌شده از نظر اجتماعی و تجربی، پدیده‌ای وجود هم‌زمان در جامعه و یک فرد است. ۲. ماهیت آن از نظر متنی و محتوایی خاص برای یک گروه و اعضای گروه است، کسانی که نمایندگی ذهنی آن را دارند. در طیف دیگر، پوزیتیویست‌ها نیز با این ایده که «دانش از ذهن دانشمندان سرچشمه می‌گیرد و به کار می‌رود» مخالف خواهند بود (داونپورت و پروسک، ۱۹۹۸). طبق این دیدگاه، دانش می‌تواند مستقل از ذهن انسان وجود داشته باشد و بدون دخالت مبدع دانش می‌تواند به کار گرفته شود (کبیر و کارایاننيس^۵، ۲۰۱۳). از منظر سازمانی، دانش ادراکات و مشاهدات شناختی، شناختی است که در یک متن ساختار،

1. Langlois

2. Aarons, Linger & Burstein

3. Davenport & Prusak

4. Butler

5. Kabir & Carayannis

ذخیره و ریشه دوانده است (راسموسن، ۱۹۸۳)^۱. سازمان‌ها و افراد برای ارزیابی و تفسیر موقعیت‌های محیطی، و واکنش، عمل و حل مسائل مختلف با توجه به محرک‌های محیطی داخلی و خارجی از طریق تجربه، فرایند اندیشه و ارتباطات، از آن استفاده می‌کنند (میر و هادریچ، ۲۰۱۱)^۲. دانش در این زمینه نتیجه پردازش شناختی است که با تأثیر محرک‌های جدید تحریک می‌شود. که اعضای سازمان را می‌توان به عنوان مخزن دانش در نظر گرفت. تعریفی که دانش و اطلاعات را به هم پیوند می‌دهد، در علم سازمان نیز محبوبیت گسترده‌ای پیدا کرده است. به عنوان مثال، دانش متشکل از اطلاعات مرتبط و عملی است که حداقل تاحدی براساس تجربه بنا شده‌اند (لئونارد و سنسپیر ۱۹۹۸). این مربوط به انسان است و از طریق جریان اطلاعات براساس تعهد و اعتقادات دانشمند ایجاد می‌شود. این اطلاعات تأیید، ارزیابی و مدون است (نوناکا و هیروتاکا، ۱۹۹۵)^۳.

۱-۳- داده- اطلاعات- دانش

در زمینه سازمانی، یک مفهوم‌سازی رایج در تعریف عناصر نمایانگر محتوا، رابطه بین داده‌ها، اطلاعات و دانش را به عنوان یک پیوستار سلسله‌مراتبی به تصویر می‌کشد (رولی، ۲۰۰۷)^۴. در این درک، داده‌ها شکل خام و پایه اصلی اطلاعات است، اطلاعات داده‌هایی با معناشناسی است و دانش شامل اطلاعاتی با تجربه، بینش، تخصص است که در فرایند تصمیم‌گیری استفاده می‌شود (زنس، ۲۰۰۷)^۵. دانش در این توالی محصول نهایی مبتنی بر داده و اطلاعات به عنوان ورودی است (رولی، ۲۰۰۷). بدون دانش، داده‌ها و اطلاعات غیرقابل تفسیر و بی‌فایده باقی می‌مانند. دانش فقط جلوه نهایی داده‌ها و اطلاعات نیست. همچنین عامل اتصال برای تولید دانش جدید از سطح خام قبلی است. ذهن و فناوری‌های انسانی کاتالیزورهای این روند خطی مکالمه هستند. فناوری اغلب ابزاری است که افراد را برای برقراری ارتباط، جمع‌آوری، انتقال، اشتراک و ذخیره اطلاعات تسهیل می‌کند. داده‌ها با سیستم‌های مختلف پشتیبانی تصمیم، سیستم‌های تحلیلی و سیستم‌های خبره برای تبدیل به اطلاعات در حال آماده‌سازی برای کار در اقدامات و تصمیم‌گیری‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند. از دیدگاه انسان دانستن

1. Rasmussen
2. Maier & Hadrich
3. Nonaka & Hirotaka
4. Rowley
5. Zins