

بررسی ریشه‌های نظری ظرفیت جذب

حمید کاظمی^{۱*} و شهره نصری نصرآبادی^۲

۱. عضو هیئت علمی گروه اقتصاد علم، مرکز تحقیقات سیاست علمی کشور، تهران، ایران
 ۲. دانشجوی دکتری سیاست‌گذاری علم و فناوری، گروه مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۱۲/۰۸

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۷/۰۱

چکیده

در محیط متغیر امروز، به خصوص برای سازمان‌های دانش‌محور، دانش و فناوری اساس رقابت هستند. این سازمان‌ها برای تحقق اهداف تجاری خود می‌بایستی دانش جدید را به کار گیرند. بخشی از این دانش از منابع خارجی به دست می‌آید، از این رو توانایی برای بهره‌برداری از دانش خارجی یک عامل حیاتی برای قابلیت‌های نوآورانه سازمان‌ها محسوب می‌گردد. این توانایی تحت عنوان ظرفیت جذب ارائه شده که در سطوح مختلف فردی تا ملی در ادبیات مطرح شده است. با توجه به اهمیت موضوع ظرفیت جذب در تحقیق حاضر سعی در موشکافی تئوریک این مفهوم در ارتباط با نظریه‌های مرتبط با آن شده است. از این رو برخی از نظریه‌های موجود مرتبط با مفهوم ظرفیت جذب همچون «یادگیری»، «توانمندی‌های پویا»، «نوآوری»، «جهت‌گیری‌های استراتژیک»، «دیدگاه دانش‌بنیان»، «شناخت مدیریتی»، «هم‌تکاملی» در این مطالعه مورد بررسی قرار می‌گیرند و ارتباط این نظریه‌ها با این مفهوم مطرح می‌گردد.

کلیدواژه‌ها: ظرفیت جذب، ریشه‌های نظری ظرفیت جذب، یادگیری، توانمندی‌های پویا، نوآوری، جهت‌گیری‌های استراتژیک، دیدگاه دانش‌بنیان، شناخت مدیریتی، هم‌تکاملی

* نویسنده عهده‌دار مکاتبات: kazemi.hamid@nrisp.ac.ir

۱. مقدمه

یکی از مفاهیم مهمی که امروزه در بسیاری از کشورها مورد توجه قرار گرفته است، مفهوم ظرفیت جذب دانش و فناوری است که در سطوح مختلفی مطرح است. دانش، اساس رقابت است و اگرچه مطالعه آن، قدمتی به اندازه‌ی تاریخ بشر دارد، اما به عنوان عنصری حیاتی برای توسعه‌ی صنعتی شرکت‌ها در دهه‌های اخیر شناخته می‌شود. امروزه بیشتر کشورها درک کرده‌اند که برای رشد و پیشرفت اقتصادی، به چیزی بیش از سرمایه‌ی فیزیکی و نیروی انسانی صرف نیاز دارند، ظرفیتی که بتواند باعث جذب فناوری و دانش از طریق فرایندهای یادگیری شود و این موضوعی است که برای کشورهای در حال توسعه اهمیت دوچندانی می‌یابد. از این رو ظرفیت جذب به عنوان یک عنصر حیاتی در رقابت مبتنی بر دانش، میان اقتصادهای مختلف تعریف شده است. علاوه بر سطح کلان، ظرفیت جذب در سطح سازمانی نیز بسیار حائز اهمیت است. کوهن و لوینتال^۱ تحقیق و توسعه در بنگاه‌ها را قلب فرایندهای نوآورانه می‌دانند و نوآوری و یادگیری را دو بخش اصلی تحقیق و توسعه می‌دانند. آن‌ها ظرفیت جذب را به عنوان سازه‌ی کلیدی در یادگیری و مدیریت نوآوری می‌دانند [۲]. علاوه بر این زهرا و جورج^۲ نیز با ارائه این موضوع که ظرفیت جذب یک توانمندی پویا^۳ است که بر مزیت رقابتی بنگاه‌ها تأثیرگذار است؛ به ارتباط ظرفیت جذب و توانمندی‌های پویا اشاره داشته‌اند. آن‌ها مطرح کرده‌اند که ظرفیت جذب به عنوان یک توانمندی پویا با تغییر دارایی‌های دانش بنیان بنگاه تغییر می‌کند. بنابراین می‌توان گفت دیدگاه دانش بنیان^۴ نیز با مفهوم ظرفیت جذب در ارتباط است. همچنین توانمندی‌های پویا بر ایجاد شایستگی‌های سازمانی و فراهم‌آوردن انعطاف‌پذیری استراتژیک، خلق نوآوری و بهبود عملکرد تأثیرگذار است و به ایجاد مزیت رقابتی در بنگاه‌ها کمک می‌کند [۳]. کمیسُن و فورس با تأیید این موضوع که مفهوم ظرفیت

جذب با موضوع توانمندی‌های پویا نیز در ارتباط است، اشاره کرده‌اند که این مفهوم از نظریه‌ی تکاملی بنگاه‌ها نشأت می‌گیرد و در بیست سال اخیر به یکی از مهم‌ترین سازه‌های مطرح تبدیل شده است چرا که این قابلیت، شرکت‌ها را قادر به پاسخگویی در برابر تغییرات محیطی، خلق ارزش و کسب مزیت رقابتی پایدار از طریق مدیریت دانش خارجی می‌نماید [۴]. می‌توان گفت مفهوم ظرفیت جذب یک سازه‌ی قدرتمند چندسطحی و میان‌رشته‌ای است که هم در حوزه‌ی نظریه‌پردازی و هم در بخش پژوهش کاربردی، می‌تواند حوزه‌های گوناگون مرتبط مانند یادگیری سازمانی، توانمندی‌های پویا، نوآوری باز، دیدگاه دانش بنیان و ... را با یکدیگر مرتبط سازد [۵]. بنابراین می‌توان عنوان کرد که مجموعه‌ای از نظریه‌های سازمانی همچون «یادگیری» [۶-۸]، «نوآوری» [۹-۱۱]، «توانمندی‌های پویا» [۱۲-۱۴]، «دیدگاه دانش بنیان» [۱۵-۱۸]، «شناخت مدیریتی» [۱۹-۲۲]، «هم‌تکاملی» [۲، ۲۳، ۲۴] و «جهت‌گیری‌های استراتژیک» [۱، ۲۵، ۲۶] با مفهوم ظرفیت جذب در ارتباط هستند و بعضاً مپوشانی دارند.

از این رو هدف اصلی در تحقیق حاضر، ارائه‌ی یک درک عمیق‌تر از مفهوم ظرفیت جذب است. همان‌طور که مطرح شد، مفهوم ظرفیت جذب با مجموعه‌ای از تئوری‌های نظری سازمانی در ارتباط است، که به نوعی ریشه‌های نظری آن محسوب می‌شوند. در این راستا در بخش دوم به بررسی مفهوم ظرفیت جذب پرداخته می‌شود، در بخش سوم روش‌شناسی تحقیق ارائه می‌گردد، در بخش چهارم برخی از این تئوری‌ها تشریح و ارتباط آن با مفهوم ظرفیت جذب ارائه می‌گردد و در بخش پنجم نیز به جمع‌بندی بحث پرداخته می‌شود.

۲. مفهوم ظرفیت جذب

تاکنون در آثار مختلفی به مفهوم ظرفیت جذب پرداخته شده است، اما می‌توان نقطه‌ی آغازین معرفی آن را در سال ۱۹۹۰ و توسط کوهن و لوینتال دانست. این دو نویسنده

5. Managerial cognition
6. Coevolution
7. Strategic directions

1. Cohen & Levinthal
2. Zahra & George
3. Dynamic capabilities
4. Knowledge Based-View (KBV)

منبع	تعاریف ظرفیت جذب	نویسندگان
	اثرگذار باشد و منابع چندگانه‌ای از مزیت رقابتی را برای سازمان فراهم سازد	
[۳]	مجموعه‌ای از روال‌ها و فرایندهای سازمانی که از طریق آن، سازمان‌ها دانش را جهت ایجاد توانمندی پویا، کسب، جذب، تبدیل و بهره‌برداری می‌کنند	زهرا ^۴ و جورج ^۵ (۲۰۰۲)
[۳]	آرایه‌ای گسترده از مهارت‌ها که بازتاب‌دهنده نیاز به رسیدگی به مؤلفه‌های ضمنی فناوری انتقال یافته و نیز نیاز مکرر به جرح و تعدیل فناوری خارجی برای کاربردهای داخلی است	زهرا ^۶ و جورج ^۷ (۲۰۰۲)
[۳۱]	یادگیری پرهزینه‌ای که سازمان می‌تواند برای یکپارچه‌سازی و تجاری‌سازی دانش و فناوری‌ای که برای سازمان جدید محسوب می‌شود اما برای دنیا جدید نیست، به کار ببرد.	گلدبرگ ^۸ و دیگران (۲۰۰۸)
[۳۲]	توانایی جذب دانش	کمال ^۹ و فلاناگان ^{۱۰} (۲۰۱۲)
[۳۳]	ظرفیت تعیین‌کننده سرعت یک کشور، صنعت یا سازمان در تطبیق دانش فناورانه جدید یا محدودیت‌هایی که در آن‌ها می‌توانند از این دانش استفاده کنند.	دالچیک ^{۱۱} (۲۰۱۳)
[۳۴]	توانایی قرار دادن ایده‌های جدید و ترکیب آن‌ها در فرایندهای داخلی	قلی‌زاده ^{۱۲} و دیگران (۲۰۱۵)

4. Zahra
5. George
6. Zahra
7. George
8. Goldberg
9. Kamal
10. Flanagan
11. Dalgic
12. Gholizadeh

بیان می‌کنند که توانایی یک سازمان در تشخیص ارزش اطلاعات جدید بیرونی، جذب و به‌کارگیری آن برای اهداف تجاری، موضوعی حیاتی برای قابلیت‌های نوآورانه آن محسوب می‌شود و این توانایی را ظرفیت جذب سازمان می‌نامند، که تابع سطح دانش مرتبط پیشین سازمان^۱ است. به پیروی از کار کوهن و لوینتال، ظرفیت جذب، به یکی از اثرگذارترین مفاهیم در ادبیات نظریه سازمان تبدیل شده است و یک دارایی ناملموس تلقی می‌شود که مزیت رقابتی پایدار را طی زمان به ارمغان می‌آورد. اثرات جانبی مثبتی که در اثر جریان‌های بین‌المللی فناوری ایجاد می‌شوند، فرصت خوبی برای کشورهای در حال توسعه فراهم می‌کنند تا از این دانش خارجی استفاده نمایند که البته توانایی و قابلیت کشور مقصد در درک و بهره‌برداری از این دانش (ظرفیت جذب)، نقش مهمی ایفا می‌کند [۲۷]. به عبارتی، ظرفیت جذب این ایده را دربردارد که ممکن است تلاش‌ها و توانایی کشورها جهت اتخاذ فناوری‌های جدید با یکدیگر متفاوت باشد [۲۸]، به طوری که این نوع توانایی یکی از عوامل مهم رقابت در سطوح ملی و بنگاه محسوب می‌شود. تاکنون تعاریف مختلفی از این مفهوم ارائه شده است که اهم آن‌ها در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. تعاریف موجود از ظرفیت جذب

منبع	تعاریف ظرفیت جذب	نویسندگان
[۲۹]	توانایی یک اقتصاد برای بهره‌برداری اثربخش از منابع سرمایه‌ای آن	آدلر ^۲ (۱۹۶۵)
[۱۲]	توانایی یک سازمان در تشخیص ارزش اطلاعات جدید بیرونی، جذب و به‌کارگیری آن برای اهداف تجاری	کوهن و لوینتال (۱۹۹۰)
[۱۲]	توانایی ارزیابی و بهره‌برداری از دانش خارجی	کوهن و لوینتال (۱۹۹۰)
[۳۰]	توانمندی پویایی که بر خلق سایر شایستگی‌های سازمانی	بارنی ^۳ (۱۹۹۱)

1. Prior Related Knowledge
2. Adler
3. Barney

۳. روش‌شناسی

بنابراین هم یادگیری فردی و هم یادگیری سازمانی از جمله تئوری‌های مرتبط با ظرفیت جذب می‌باشند [۳۶]. یادگیری، فرایندی تجمعی^۳ است و هنگامی که موضوع یادگیری چیزی باشد که به دانسته‌های پیشین مرتبط باشد، عملکرد یادگیری به حالت بیشینه می‌رسد.

یادگیری سازمانی، حوزه‌ای در نظریه‌های سازمانی است که مدل‌ها و نظریه‌هایی را درباره راه‌هایی که سازمان از طریق آن یاد می‌گیرد، بررسی می‌کند. «نظریه یادگیری سازمانی» نشان‌دهنده آن است که در شرایطی که تعدادی از روال‌های سازمانی موجود فراموش شود و جذب سازمانی و بازیابی دانش پس از آن مکرراً و به شدت اتفاق بیفتد، خلق دانش سازمانی جدید نزدیک به دامنه دانشی موجود سازمان بیشینه می‌شود. دانش جدید زمانی جذب می‌شود که به درون فرایندها و روال‌های سازمانی جذب شود. به عقیده ریگان و مک کلوی، هرچه پیشینه و آموزش‌های مشابه در کارمندان بیشتر باشد، احتمال این که دانش بین آن‌ها انتقال یابد نیز بیشتر است. به بیانی دیگر آن‌ها از استدلال کوهن و لوینتال که معتقدند پتانسیل یک سازمان برای یادگیری توسط دانش پیشین مشخص می‌شود حمایت می‌کنند. آتیو و همکاران تأکید می‌کنند هرچه دانش قبلی سازمان به دانش جدید بیشتر مشابهت داشته باشد، آسان‌تر جذب می‌شود [۳۷].

لایلس و سالک (۱۹۹۶) و لین، سالک و لایلس (۲۰۰۱)، نه تنها ظرفیت جذب را در زمینه سازمانی بلکه آن را برای افراد درگیر نیز مورد توجه قرار داده‌اند. لایلس و سالک، بررسی می‌کنند که چگونه ویژگی‌های سازمانی، مکانیزم‌های ساختاری و عوامل زمینه‌ای بر کسب دانش از شرکای خارجی در یک سرمایه‌گذاری مشترک خارجی تأثیرگذار است. علاوه بر این آن‌ها دریافته‌اند که «ظرفیت یادگیری که به طور عمده به انعطاف‌پذیری، خلاقیت و دانش در مورد کارکنان اشاره دارد، یک شاخص مهم کسب دانش از شرکای خارجی است». در این میان آنچه اهمیت می‌یابد، توجه عمیق به راه‌های یادگیری سازمان‌ها است. بنابراین می‌توان گفت که روال‌ها نقش مهمی در مدیریت

این تحقیق مبتنی بر مطالعه مروری به روش کتابخانه‌ای می‌باشد. به این معنی که در راستای تأیید ارتباط نظریه‌های مذکور با مفهوم ظرفیت جذب، ادبیات هر یک از طریق منابع کتابخانه‌ای، مقالات و کتب مورد بررسی قرار می‌گیرند. به این منظور از طریق جستجوی کلیدواژه‌های مرتبط با تئوری‌های ظرفیت جذب همچون «یادگیری»، نوآوری، هم‌تکاملی، جهت‌گیری‌های استراتژیک، توانمندی‌های پویا و ... در پایگاه‌های اطلاعاتی داخلی و خارجی ادبیات موجود، در راستای بررسی نوع روابط موجود میان این تئوری‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۴. بررسی تئوری‌های مرتبط با ظرفیت جذب

۴-۱. یادگیری

ریشه‌های ظرفیت جذب در ادبیات یادگیری سازمانی و در سال ۱۹۸۰ مطرح شد (به‌عنوان مثال فیول و لایلس، کوهن و لوینتال^۱). کوهن و لوینتال قویاً ظرفیت جذب را با یادگیری، نوآوری و عملکرد سازمان‌ها مرتبط می‌دانند. بعد از آن کوهن و لوینتال مطرح می‌کنند که ظرفیت جذب برای توانمندی‌های نوآورانه و توانایی ارزیابی و بهره‌برداری از دانش خارجی شدیداً تابعی از دانش مرتبط پیشین است. آن‌ها همچنین ساخت ظرفیت جذب از طریق بررسی ساختارهای شناختی که زمینه‌ساز یادگیری است را توسعه می‌دهند [۱۲]. به‌طور کلی بین ظرفیت جذب و یادگیری یک رابطه‌ی بازگشتی^۲ وجود دارد. به این معنی که هرچه یادگیری افزایش یابد، پایگاه دانشی سازمان نیز در یک زمینه‌ی خاص افزایش می‌یابد و هرچه پایگاه دانشی افزایش یابد، ظرفیت جذب در آن زمینه افزایش می‌یابد [۳۵] اگر افراد دانش و آگاهی عمومی نسبت به آنچه جذب می‌شود داشته باشند (که ممکن است با تجربه، آموزش و یا ویژگی‌های پیش‌زمینه‌ای و از طریق یادگیری فردی و سازمانی ایجاد شده باشد)، جذب دانش آسان‌تر خواهد بود.

1. Fiol & Lyles And Cohen & Levinthal
2. Recursive Relationship

3. Cumulative

تغییر می‌دهند، بنابراین ظرفیت جذب در بروز نوآوری‌های تدریجی نیز نقش دارد [۲۷]. همچنین کوهن و لوینتال (۱۹۸۹) ظرفیت جذب را هم به یادگیری و نوآوری محصول و هم فرایند مرتبط می‌دانند [۶].

در گذشته سازمان‌ها قدرت خود را در حفظ هرچه بیشتر منابع دانشی و فناوریانه خود در مرزهای درونی می‌دیدند و تلاش می‌کردند که اطلاعات و دانش را درون دژ سازمان خود به صورت تمام و کمال نگه دارند. پس از آن رفته‌رفته استراتژی سازمان‌ها به سمت رویکرد «نوآوری باز» که نوعی تغییر پارادایم^۱ نیز محسوب می‌شود، تغییر کرد. هنری ویلیام چسبرو^۲ در اثر ماندگار خود پارادایم قدیمی را نوآوری بسته^۳ می‌نامد و بیان می‌کند که نوآوری بسته حاصل اتخاذ رویکرد درون‌گرا نسبت به محیط بیرونی است. این سبک از نوآوری به شرکت‌ها توصیه می‌کند که به شدت خوداتکا باشند و کمتر به افراد و سازمان‌های بیگانه اجازه بازدید و یا مطلع شدن از دانش و فرایندهای سازمانی خود را بدهند [۳۹]. در محیط‌های پویا، تمرکز بر نوآوری بسته با تبادل دانش درون سازمانی خطرناک است زیرا می‌تواند در دسترسی به فناوری‌های جدید تأخیر ایجاد کند. بنابراین بسیاری از شرکت‌ها از طریق دانش خارجی نوآوری را پرورش می‌دهند [۱]. بنابراین می‌توان گفت از آنجا که نوآوری باز، به توانایی جذب دانش خارجی اشاره دارد، رابطه بسیار نزدیکی میان این سبک از نوآوری و ظرفیت جذب وجود دارد [۲۷]. هنری چسبرو بیان می‌کند که «نوآوری باز الگویی مبتنی بر این فرض است که اگر شرکت‌ها به دنبال ارتقاء سطح فناوری خود هستند، می‌توانند و می‌بایست از ایده‌های فناوریانه خارجی همانند ایده‌های داخلی بهره برده و از راه‌های داخلی و خارجی متنوع به سمت وسوسه بازار استفاده کنند» [۴۰]. تفاوت نوآوری باز و بسته در جدول ۲ ارائه شده است.

نوآوری ایفا می‌کنند چرا که هر چیزی را که یک سازمان و کارکنان آن درباره چگونگی یادگیری آموخته‌اند دربرمی‌گیرد [۳۸].

به طور خلاصه، برای درک عمیق‌تر ظرفیت جذب، مهم است که پتانسیل یادگیری سازمان به‌وسیله دانش مرتبط پیشین تعیین شود، چرا که هرچه دانش قبلی کارکنان بیشتر باشد، احتمال کسب دانش توسط آن‌ها افزایش می‌یابد. به عبارتی بهترین اثر یادگیری و جذب دانش زمانی رخ می‌دهد که سطح بالایی از دانش مرتبط پیشین وجود داشته باشد. از دیدگاه یادگیری سازمانی، انتقال و بهره‌برداری از دانش طی یک فرایند تکراری و با تعدد زیاد اتفاق می‌افتد و خلق دانش جدید زمانی بیشینه خواهد بود که با دامنه دانشی موجود مرتبط باشد. بنابراین، مجموعه‌ای از روال‌ها و فرایندها برای «انتقال» و «بهره‌برداری» از دانش لازم است. برای انتقال دانش، می‌بایستی آن دسته از روال‌هایی که ترکیب دانش موجود با دانش جذب شده را برای استفاده در آینده تسهیل می‌کند توسعه داده و یا اصلاح شود. برای بهره‌برداری از دانش نیز می‌بایستی روال‌ها، شایستگی‌ها و فناوری‌های موجود اصلاح و یا گسترش یابند و یا موارد و روال‌های جدید برای ترکیب دانش کسب شده و انتقال یافته به عملیات بنگاه، خلق شود.

۴-۲. نوآوری

بسیاری از مطالعات ظرفیت جذب، بر اساس بینش‌هایی از ادبیات نوآوری به‌دست آمده است. بر اساس یافته‌های کوهن و لوینتال در سال ۱۹۸۹، بنگاه‌ها نه‌تنها خلق نوآوری را به عنوان هدف در نظر می‌گیرند، بلکه حفظ ظرفیت جذب خود را برای تولید مزیت رقابتی بلندمدت نیز مورد توجه قرار می‌دهند [۶]. ظرفیت جذب، نه‌تنها می‌تواند نوآوری محصول یا خدمت را در پی داشته باشد، بلکه می‌تواند منجر به نوآوری‌های راهبردی شود که هدف از آن‌ها تغییر شکل مدل‌های کسب‌وکار موجود، ایجاد مدل‌ها و بازارهای جدید و ایجاد جهش در ارزش مشتری است. همچنین از آنجا که بنگاه‌ها برای ایجاد بهبودهای تدریجی در محصولات و فناوری، دانش موجود خود را به طور مداوم

1. Paradigm Shift
2. Henry William Chesbrough
3. Closed Innovation

جدول ۲. اصول نوآوری باز در مقابل نوآوری بسته [۴۱]

اصول نوآوری باز	اصول نوآوری بسته
تمام افراد هوشمند تنها برای ما کار نمی‌کنند، بلکه نیاز داریم که با افراد هوشمند در داخل و خارج سازمان کار کنیم.	افراد هوشمند در زمینه کاری ما، تنها برای ما هستند.
تحقیق و توسعه خارجی در این رویکرد ارزش قابل توجهی دارد، تحقیق و توسعه داخلی نیز برای تحقق بخشی از سودآوری مورد نیاز است.	برای سودآوری از تحقیق و توسعه، ما باید خودمان تحقیق و توسعه را کشف کرده، توسعه و انتقال دهیم.
ما مجبور نیستیم برای اینکه به سود آوری برسیم خودمان دست به پژوهش بزنیم.	اگر ما نیازهای خود را کشف کنیم، زودتر از همه آن را به بازار ارائه خواهیم کرد.
ساخت یک مدل کسب‌وکار مناسب بهتر از این است که اولین عرضه‌کننده به بازار باشیم.	شرکتی که برای اولین بار نوآوری را به بازار ارائه می‌کند، اولین برنده خواهد بود.
اگر ما بهترین «استفاده» را از ایده‌های داخلی و خارجی داشته باشیم ما برنده خواهیم شد.	اگر ما بیشترین و بهترین ایده‌ها را در صنعت «یجاد» کنیم، ما برنده خواهیم شد.
استفاده افراد دیگر از دارایی معنوی ما باید برایمان سودآور بوده و دارایی معنوی سایرین را خریداری کرده و در مدل کسب‌وکار خودمان مورد استفاده قرار دهیم.	باید از دارایی معنوی خود حفاظت کنیم تا رقبا نتوانند از ایده‌های ما بهره‌برداری کنند.

پشتیبانی قوی به عمل می‌آورد تا منجر به خلق ارزش افزوده و مزیت رقابتی شود. کلید مدیریت دانش برای نوآوری باز، حمایت از اشکال جدید همکاری، جذب و مدیریت دانش است.

۳-۴. توانمندی‌های پویا

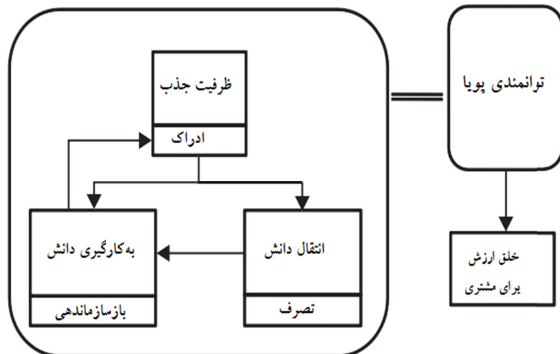
ظرفیت جذب رابطه تنگاتنگی با مفهوم توانمندی پویا دارد. از دیدگاه توانمندی پویا، سازمان‌ها به‌عنوان نهادهای دانشی در قالب فرایندهای دانشی فعالیت می‌کنند [۴۲]. توانمندی‌های پویا به‌عنوان «توانایی بنگاه برای یکپارچه‌سازی، ساخت، و بیکره‌بندی شایستگی‌های داخلی و خارجی برای پاسخ‌گویی به محیط در حال تغییر است». بنابراین، این دسته از توانمندی‌ها می‌توانند به عنوان یک رویکرد یکپارچه برای درک منابع جدیدتر و خلق مزیت رقابتی محسوب شوند [۴۳]. کوهن و لوینتال تأکید کرده‌اند که ظرفیت جذب سازمانی به پیوندهای میان توانمندی‌های افراد بستگی دارد. آن‌ها همچنین استدلال می‌کنند که برای حفظ ظرفیت جذب در طول زمان لازم است که سرمایه‌گذاری‌هایی در حوزه توانمندی پویا انجام گیرد که نتایج آن در بهره‌برداری از فرصت‌های ارزشمند نمود پیدا خواهد کرد [۲۳].

زمانی که زهرا و جورج^۱ (۲۰۰۲) ظرفیت جذب را به‌عنوان «مجموعه‌ای از روال‌های سازمانی و فرایندهایی که از طریق آن، دانش توسط بنگاه‌ها برای خلق توانمندی پویا، کسب، جذب، تبدیل و بهره‌برداری می‌شوند» تعریف کرده‌اند، آن‌ها ماهیت پویا را گسترش داده و چشم‌اندازی از توانمندی پویای ظرفیت جذب معرفی کردند و ۴ دسته از توانمندی‌های ظرفیت جذب را که منجر به ظرفیت جذب بالقوه و محقق شده می‌شود را متمایز کرده‌اند [۳]. جانسن^۲ و همکاران (۲۰۰۵) بر اساس مطالعه زهرا و جورج (۲۰۰۲) نشان داده‌اند که چگونه «مکانیزم‌های سازمانی مرتبط با توانمندی‌های هماهنگی (روابط متقابل کارکردی، مشارکت در تصمیم‌گیری، چرخش شغلی)، در درجه اول، ظرفیت جذب بالقوه یک واحد را افزایش می‌دهد و مکانیزم‌های

به‌طور خلاصه، بسیار حائز اهمیت است که از دیدگاه نوآوری، بنگاه‌ها از دانش داخلی و خارجی برای تسریع نوآوری داخلی و گسترش بازارهای خود برای استفاده خارجی از نوآوری و بهبود ظرفیت جذب استفاده کنند. به عبارتی بنگاه‌ها باید از مدل نوآوری باز استفاده کنند. آن‌ها باید دانش خارجی را کسب و جذب کنند و این ایده‌ها و دانش خارجی باید در بنگاه‌ها جریان داشته باشد، چرا که آن‌ها می‌توانند به طور بالقوه خروجی‌های بیشتر و بهتری را از طریق دسترسی به ورودی‌های خارجی ارائه کنند. نوآوری باز ایده‌های داخلی و خارجی را ترکیب کرده و برای معرفی ایده‌های داخلی به بازار، از طریق کانال‌های خارجی،

1. Zahra & George
2. Jansen

مفهوم توانمندی پویا را شکل می‌دهد و در نهایت به خلق ارزش برای مشتری می‌انجامد [۴۴].



شکل ۱. ارتباط ظرفیت جذب و توانمندی پویا [۴۴]

به‌طور خلاصه، برای تحقق ظرفیت جذب، توانمندی‌های پویا اجتناب‌ناپذیر هستند، زیرا آن‌ها توانایی بنگاه برای یکپارچه‌سازی، ساخت و پیکربندی مجدد شایستگی‌ها را تشکیل می‌دهند. این شایستگی‌ها، بنگاه‌ها را برای توسعه روال‌ها و فرایندهایی که به آن‌ها اجازه تجزیه تحلیل، پردازش، تفسیر و درک منابع خارجی از دانش اخذ شده برای توسعه و اصلاح آن دسته روال‌هایی که ترکیب دانش موجود با دانش کسب و جذب شده را برای کاربردهای آینده و همچنین اصلاح، گسترش و نفوذ روال‌ها، شایستگی‌ها و فناوری‌های موجود و یا خلق موارد جدید از طریق دانش جذب شده و تحول یافته به عملیات‌های سازمان را تسهیل می‌کند، توانمند می‌سازد. شایستگی اول به معنی جذب دانش، شایستگی دوم به معنی انتقال دانش و شایستگی سوم به معنی بهره‌برداری از دانش است. حفظ ظرفیت جذب در طول زمان، نیازمند سرمایه‌گذاری در توانمندی‌های پویا است. البته آن دسته از سرمایه‌گذاری‌هایی که منجر به توانایی بنگاه برای بهره‌برداری از فرصت‌های ارزشمند و حفظ رقابت می‌شود.

۴-۴. دیدگاه دانش‌بنیان

دیدگاه دانش‌بنیان یک رویکرد توسعه‌یافته‌تر نسبت به دیدگاه منبع‌محور است. در این رویکرد دانش به‌عنوان استراتژیک‌ترین منبع بنگاه در نظر گرفته می‌شود. در واقع این دیدگاه مطابق با منطق شومپترین‌ها می‌باشد. در این

سازمانی مرتبط با توانمندی‌های اجتماعی (ارتباطات و تاکتیک‌های اجتماعی)، در درجه اول منجر به افزایش ظرفیت جذب محقق شده یک واحد می‌شود. چنین درکی به سازمان‌ها اجازه می‌دهد که عوامل مسئله‌سازی را که واحدهای آن‌ها برای مدیریت ظرفیت جذب محقق شده و بالقوه با آن روبه‌رو می‌شوند و دلایل تفاوت توانایی آن‌ها در خلق ارزش از ظرفیت جذب را شناسایی کنند [۱۳]. لیچنتنالر (۲۰۰۹) با توجه به ماهیت چندبعدی ظرفیت جذب و تفاوت بنگاه‌ها در بهره‌برداری از دانش خارجی به اهمیت توانمندی‌های پویا در زمینه‌های مشخص با درجه بالایی از عدم قطعیت بازار و فناوری اشاره می‌کند [۱۴].

کاریون^۱ و همکاران معتقدند که زیربنای اصلی توانمندی پویا را می‌توان به سه جزء متوالی درک^۲، تصرف^۳ و بازسازی^۴ تقسیم نمود. به این معنی که بنگاه‌ها در ابتدا به فعالیت‌های درک محیطی برای شناسایی فرصت‌های جدید می‌پردازند. به این منظور مدیران باید تمام اطلاعات موجود را به شکل هدفمند و نظام‌مند بررسی کرده، یاد گرفته و تفسیر کنند، که خود منجر به کشف فرصت‌های پنهان و تولید فرصت‌های جدید می‌گردد (درک). وقتی فرصت‌های جدید شناسایی شد، نیاز به ارزیابی آن‌ها وجود دارد. از این جهت لازم است مدل کسب‌وکار تعیین، منابع مورد نیاز شناسایی و تصمیم‌گیری در مورد سرمایه‌گذاری بر فناوری یا سایر منابع مورد نیاز انجام گردد (تصرف). پس از ارزیابی فرصت‌ها، پیکربندی دوباره منابع (بازسازی) لازم است. این بازسازی شامل تخصیص مجدد منابع به طوری که ترکیب جدید ارزش شرکت را افزایش دهد می‌باشد. این پیکربندی به شرکت توانایی انطباق یا تغییرات محیطی و دوری از روال‌های منسوخ و همچنین اجازه‌ی دستیابی به نتایج پایدار برای بنگاه را می‌دهد. به عبارتی می‌توان گفت فرایندهای ظرفیت جذب، انتقال دانش و به‌کارگیری آن

1. Carrion
2. Sensing
3. Seizing
4. Reconfiguring

یک از این ابعاد چندگانه به افزایش دانش یا فعالیت‌های خلق دانش کمک می‌کند [۱۸].

به طور خلاصه، بسیار حائز اهمیت است که ظرفیت جذب از دیدگاه دانش‌بنیان، عامل اصلی تعیین‌کننده مزیت رقابتی بنگاه از طریق ایجاد توانایی جذب دانش و افزایش پایگاه دانشی بنگاه می‌باشد. همان‌طور که مطرح شد، دانش، یکی از استراتژیک‌ترین منابع یک بنگاه است و بنگاه تمایل زیادی برای اخذ دانش خارجی که دارای پتانسیل زیادی برای تکمیل پایگاه دانشی موجود در سازمان می‌باشد را دارد. اگرچه که دیدگاه دانش‌بنیان یک اصل کلی از نظریه مدیریت است، با این حال مفهوم ظرفیت جذب به صورت ویژه‌ای با پیامدهای نوآورانه دیدگاه دانش‌بنیان برابری می‌کند. فرایندها و روال‌هایی که از طریق آن یک شرکت، دانش را جذب، تبدیل و بهره‌برداری می‌کند، در توانمندسازی آن شرکت در ایجاد نوآوری و حفظ مزیت رقابتی بسیار تأثیرگذار است.

۴-۵. شناخت مدیریتی

مدیران «کارکنان اطلاعاتی» هستند و یک مدیر در واقع صنعت‌گری است که مواد آن اطلاعات است. سلسله‌مراتب داده-اطلاعات-دانش-حکمت توسط رولی^۴ (۲۰۰۷) مطرح شد، به این صورت که «داده می‌تواند برای ایجاد اطلاعات مورد استفاده قرار گیرد، اطلاعات می‌تواند برای ایجاد دانش مورد استفاده قرار بگیرد و دانش می‌تواند برای ایجاد حکمت مورد استفاده قرار بگیرد». از این رو، مدیران پایه و اساسی برای خلق دانش هستند [۴۶]. والش^۵ (۱۹۹۵) وظایف کارکنان اطلاعاتی را این‌گونه توصیف می‌کند: «کارکنان اطلاعاتی زمان خود را صرف جذب، پردازش، و انتشار اطلاعات درباره مسائل، فرصت‌ها، و مشکلات می‌کنند.» بنابراین، آن‌ها اطلاعات را از طریق لنز شناختی خود درک می‌کنند. این بدان معنی است که مدیران می‌توانند به کاهش پیچیدگی با استفاده از نقشه‌های ذهنی‌ای کمک کنند که از طریق تجربه در کسب‌وکار اصلی خود توسعه داده‌اند و گاهی به صورت

دیدگاه سایر نظریه‌های همچون یادگیری سازمانی و توانمندی‌های پویا برای حفظ مزیت رقابتی سازمان حائز اهمیت می‌باشند، همچنین منابع مستهلک نمی‌شوند و نرخ بازده نسبت به مقیاس افزایشی وجود دارد. یعنی تولید دانش افزایش می‌یابد [۴۵]. در ادامه به برخی از موارد مطالعه‌شده توسط محققان اشاره می‌شود.

کوقات و زاندر^۱ (۱۹۹۲) دانش را به‌عنوان مهم‌ترین منبع سازمان مورد توجه قرار داده‌اند، چرا که آن را به‌عنوان عامل اصلی مزیت رقابتی می‌دانند: «در دیدگاه ما، بعد رقابتی اصلی بنگاه‌ها خلق و انتقال دانش به صورت کارآمد در بافت سازمانی است». این دیدگاه ظرفیت جذب را تحت تأثیر قرار می‌دهد، به این دلیل که ظرفیت جذب عامل کلیدی برای توسعه و افزایش پایگاه دانشی در یک بنگاه است [۱۷]. گرانث^۲ (۱۹۹۶) در نظریه دانش‌بنیان خود، دانش را به‌عنوان یکی از استراتژیک‌ترین و مهم‌ترین منابع بنگاه معرفی می‌کند. وی نظریه دانش‌بنیان خود را بر اساس توانمندی سازمانی توسعه داده است و مکانیزم‌هایی را تحلیل می‌کند که از طریق آن، دانش، بنگاه را در جهت ایجاد توانمندی کشف پتانسیل لازم برای ایجاد مزیت رقابتی در بازار پویایی که رقابت بالا و تغییرات خارجی وجود دارد، آماده می‌کند. او نشان داده است که فرایندها و روال‌هایی که از طریق آن یک بنگاه، دانش تخصصی را جذب می‌کند از این جهت دارای اهمیت هستند که به خلق و حفظ مزیت رقابتی بنگاه کمک می‌کنند [۱۵]. بوش و همکاران (۱۹۹۹) نیز این دیدگاه را مطرح می‌کنند که به دلیل دانشی‌شدن محیط، بنگاه‌ها نیاز به افزایش ظرفیت جذب خود دارند. ماتوسیک و هیلی^۳ (۲۰۰۵) بررسی کرده‌اند که چگونه ابعاد چندگانه (ارتباط بنگاه با محیط خارجی خود، ساختار، روال‌ها و پایگاه دانشی گروه‌های اصلی خلق ارزش و ظرفیت جذب افراد) در سازه ظرفیت جذب، نقش مهمی در تأثیرگذاری بر دانش و فعالیت‌های خلق دانش دارد. این محققان نشان داده‌اند که چگونه هر

4. Rowley
5. Walsh

1. Kogut & Zander
2. Grant
3. Matusik & Heeley

را به کار می‌گیرند ظرفیت خود را برای جذب دانش محدود می‌کنند.

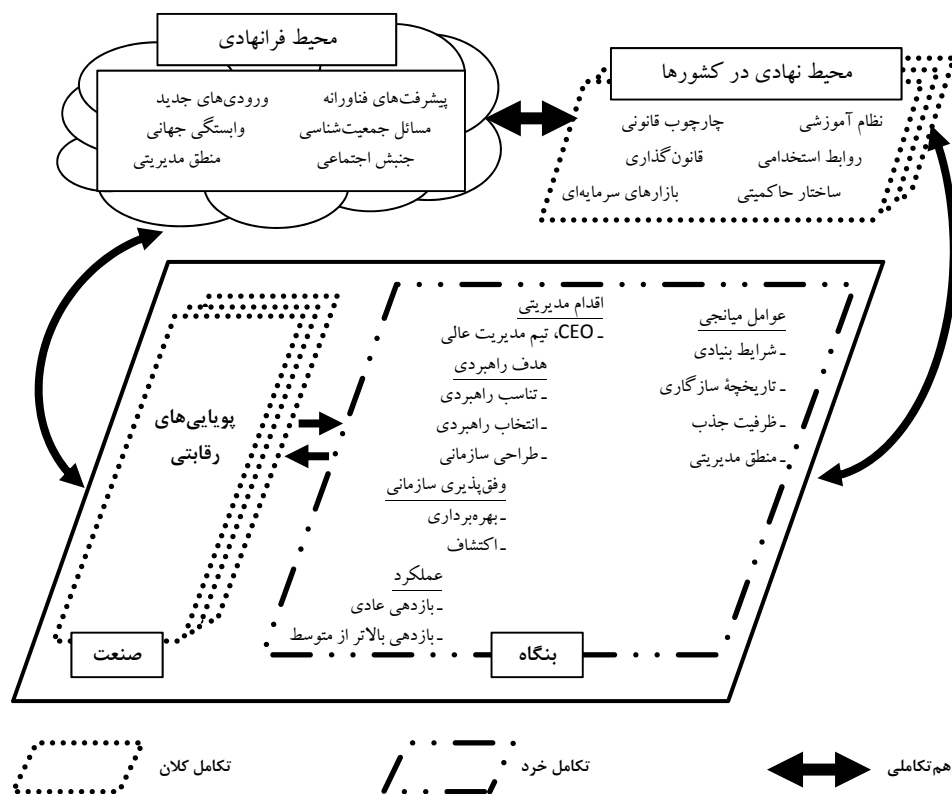
۴-۶. هم‌تکاملی

چارچوبی که توسط کوهن و لوینتال ارائه شده، مطرح می‌کند که اگر مدیران بر این باورند که در صورت مواجهه با فناوری‌های در حال ظهور، بهترین راه حل برای عدم قطعیت موجود، انتظار منفعلانه برای سیگنال‌های واضح‌تر است، سخت در اشتباه هستند. ظرفیت جذب یک عامل مهم در رقابت صنعتی است و بنگاه‌ها را قادر می‌سازد که نه تنها به بهره‌برداری دانش خارجی بپردازند بلکه برای پیش‌بینی دقیق‌تر ماهیت پیشرفت‌های فناورانه در آینده از آن استفاده کنند. شده است (Curado, 2006; Lewin, & Long, 1999).

نامناسبی در کسب و کارهای دیگران به کار گرفته می‌شود. اصطلاح «منطق غالب مدیریت عمومی» (یا منطق غالب) شامل این نقشه‌های ذهنی است. منطق غالب می‌تواند بر اشکال سازمانی جدید تأثیر گذاشته و همچنین پیامدهایی را برای ظرفیت جذب داشته باشد، چرا که بنگاه‌هایی که منطق مدیریت کلاسیک را به کار می‌گیرند به احتمال زیاد ترجیح می‌دهند که از یک شکل کاربردی و توانمندی‌های سیستمی استفاده کنند، که به نوبه خود ظرفیت خود را برای جذب دانش محدود می‌کنند [۴۷]. تدارک اطلاعات در درون یک ساختار دانشی به عنوان یک عامل بسیار مهم در شناخت مدیریتی و ظرفیت جذب در نظر گرفته شده است [۴۸]. مدیران، خود ممکن است دانش لازم برای کشف و جذب شیوه‌های جدید به عنوان مولفه اصلی مزیت رقابتی پایدار را نداشته باشند. بنابراین، دانش کسب‌شده بیشتر از منابع خارجی ممکن است به آگاهی و شناخت مدیریتی بیشتری منجر شود. علاوه بر این، زمانی که مدیران، دانش را برای کاربران بالقوه در درون سازمان‌ها ارائه می‌کنند، می‌توانند به صورت مستقیم، تأثیر مثبتی بر ظرفیت جذب بنگاه‌هایشان داشته باشند. بر اساس این اطلاعات، لنوکس و کینگ^۲ (۲۰۰۴) بررسی کرده‌اند که به چه میزان مدیران می‌توانند از توسعه ظرفیت جذب پشتیبانی کنند. آن‌ها دریافتند که اثربخشی ارائه اطلاعات مدیریتی به درجه‌ای که کاربران بالقوه آن، اطلاعاتی از منابع دیگر داشته باشند بستگی دارد. از این رو، اثربخشی ارائه اطلاعات مدیریتی مشروط به دانش دریافت‌کننده می‌باشد [۲۰].

به‌طور خلاصه، این دیدگاه که از دیدگاه شناخت مدیریتی، مدیران می‌توانند به واسطه ظرفیت جذب، پیچیدگی جذب دانش جدید را کاهش دهند، بسیار حائز اهمیت است. چنین چیزی باعث توسعه و اصلاح فرایندها و روال‌ها می‌شود (مثلاً برخی روال‌ها ترکیب دانش موجود را با دانش کسب و جذب شده برای آینده تسهیل می‌کند). از این رو منطق غالب می‌تواند پیامدهایی برای ظرفیت جذب داشته باشد چرا که بنگاه‌هایی که منطق مدیریتی کلاسیک

1. Dominant Logic
2. Lenox & King



شکل ۲. هم تکاملی بنگاه، صنعت و محیط آن [۴۹]

می گذارند، بررسی‌هایی را انجام داده‌اند. ساختار سازمانی موجود بر چگونگی پردازش دانش موجود سازمان و همچنین بر فرایند ارزیابی، جذب، یکپارچه‌سازی و بهره‌برداری از دانش تأثیرگذار است و از این رو بر ظرفیت جذب سازمان تأثیرگذار خواهد بود. مؤلفه‌ی تأثیرگذار دیگر توانمندی‌های ترکیبی است. در واقع این توانمندی‌ها از این جهت حائز اهمیت هستند که ظرفیت جذب سازمانی مبتنی بر مجموعه‌ای از ارتباطات میان توانمندی‌های فردی است. توانمندی‌های ترکیبی بنگاه دانش موجود و کسب‌شده را ترکیب کرده و به کار می‌گیرد. بر اساس این توانمندی، بنگاه‌ها دانش موجود در داخل بنگاه، محیط صنعتی بنگاه و یا سایر محیط‌های صنعتی مرتبط با خود را جذب می‌نمایند. این محققان برای تشریح چگونگی هم‌تکاملی محیط‌های دانشی با ظهور ساختار سازمانی و توانمندی‌های ترکیبی مناسب برای جذب دانش، چارچوبی را توسعه داده‌اند تا ارتباط ظرفیت جذب با اثرات هم‌تکاملی خرد (در داخل بنگاه) و کلان (بنگاه‌ها و سایر نیچ‌ها) را تشریح کند. در سطح هم‌تکاملی خرد به تأثیر تغییر ظرفیت جذب بر دانش

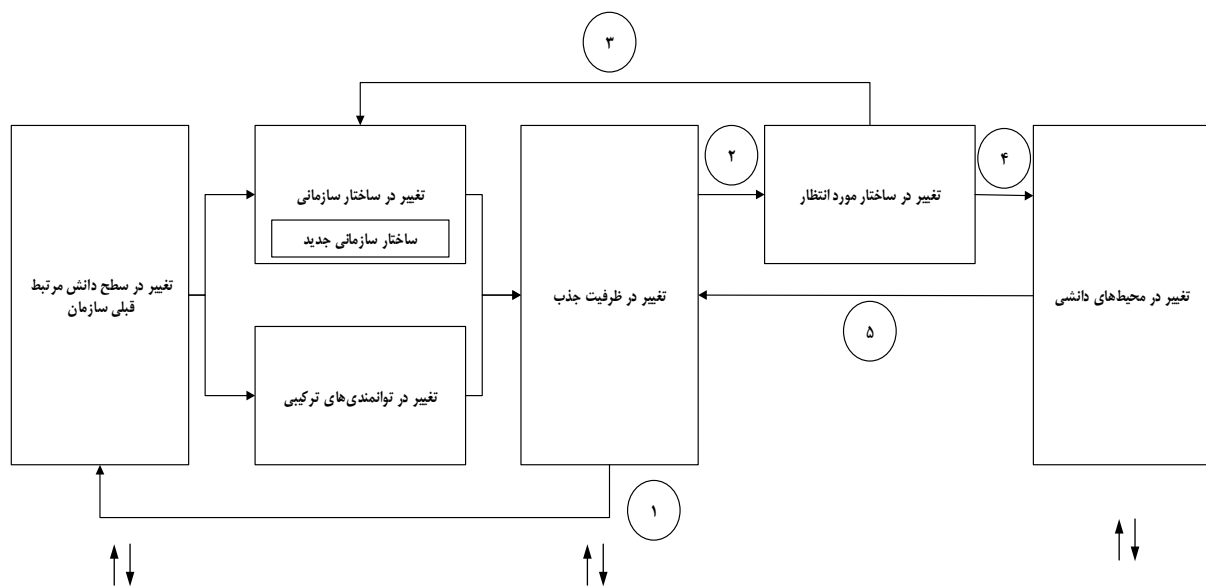
نظریه‌ی هم‌تکاملی توسط لوین، لانگ و کارول^۱ (۱۹۹۹) این‌گونه مطرح می‌شود «که برنامه‌ی استراتژیک سازمان و انطباق‌پذیری سازمان با تغییرات محیطی با یکدیگر هم‌تکاملی دارند و جمعیت و اشکال جدید سازمانی می‌توانند از جمعیت موجود سازمانی ظهور پیدا کند». این تئوری مطرح می‌کند که «سازمان‌ها، جمعیت و محیط آن‌ها به عنوان پیامدهای به هم وابسته‌ای هستند که در نتیجه‌ی اقدامات مدیریتی، تأثیرات نهادی و تغییرات فرانهادی (فناورانه، اجتماعی، سیاسی و دیگر پدیده‌های محیطی) ایجاد می‌شوند». هم‌تکاملی بنگاه، صنعت و محیط آن در شکل ۲ ارائه شده است [۴۵، ۴۹].

ون دن بوش^۲ و همکاران (۱۹۹۹) در مورد این‌که چگونه ساختار سازمانی و توانمندی‌های ترکیبی^۳، به عنوان دو بعد سازمانی خاص از ظرفیت جذب، بر سطح ظرفیت جذب و متعاقباً بر سطح دانش مرتبط پیشین تأثیر

1. Lewin, Long & Carroll
2. Van Den Bosch
3. Combinative Capabilities

قبلی و متعاقباً بر توانمندی‌های ترکیبی و ساختار سازمانی پرداخته می‌شود که کوهن و لوینتال این سطح از هم‌تکاملی را «ویژگی انباشتی» ظرفیت جذب می‌نامند، چرا که افزایش سطح ظرفیت جذب منجر به انباشت دانش بیشتر در دوره‌های بعدی می‌گردد (بردار ۱ در شکل ۳). مکانیزم دوم در سطح خرد هم‌تکاملی، اشاره به تأثیر تغییر ظرفیت جذب بر تغییر ساختار مورد انتظار دارد (بردار ۲). تغییر در ساختار مورد انتظار خود باعث تغییر در دو مؤلفه‌ی سازمانی ظرفیت جذب یعنی توانمندی‌های ترکیبی و

ساختار سازمانی موجود می‌گردد (بردار ۳) و این تغییر مجدداً باعث تغییر در سطح ظرفیت جذب سازمان می‌گردد و در واقع چرخه‌ی بردار ۲ مجدداً فعال می‌شود. بردارهای ۴ و ۵ در سطح هم‌تکاملی کلان اتفاق می‌افتد، به این صورت که تغییر در ساختار مورد انتظار باعث تغییر در محیط‌های دانشی مرتبط با سازمان می‌گردد (بردار ۴) و این تغییر خود باعث تغییر در سطح ظرفیت جذب موجود می‌گردد [۵۰] (بردار ۵).



شکل ۳. چارچوب هم‌تکاملی ظرفیت جذب سازمان با محیط‌های دانشی سازمان [۵۰][۵۰]

جهت‌گیری استراتژیک، فلسفه‌ی هدایت کسب‌وکار سازمان از طریق یک مجموعه عمیقاً ریشه‌دار از ارزش‌ها را بازتاب می‌دهد. این ارزش‌ها، تخصص‌های فردی کارمندان سازمان را در قالب یک کل به هم پیوسته متحد می‌کند. ظرفیت جذب، بر خلاف تمرکز بر ارزش‌های سازمان، به فرایندهای کاوش، حفظ و بهره‌برداری از دانش اشاره دارد. بنابراین، جهت‌گیری استراتژیک و ظرفیت جذب مفاهیم متفاوتی هستند؛ اما ارزش‌های سازمان می‌تواند بر خلق، اشاعه^۱ و استفاده از دانش اثرگذار باشد. جهت‌گیری‌های استراتژیک می‌توانند تعیین‌کننده‌های اصلی ظرفیت جذب

به‌طور خلاصه، از دیدگاه هم‌تکاملی، بسیار حائز اهمیت است که برنامه استراتژیک سازمان و انطباق‌پذیری سازمان (به‌طور مثال، فرایندها و روال‌ها در طی جذب، انتقال و بهره‌برداری دانش) با تغییرات محیطی هم‌تکاملی داشته باشد تا بتواند به ظرفیت جذب سازمان کمک کند. این ظرفیت جذب برای مزیت رقابتی مهم است چرا که بنگاه‌ها را برای پیش‌بینی دقیق‌تر ماهیت پیشرفت‌های فناورانه آینده توانمند می‌سازد.

۴-۷. جهت‌گیری‌های استراتژیک در سازمان‌ها

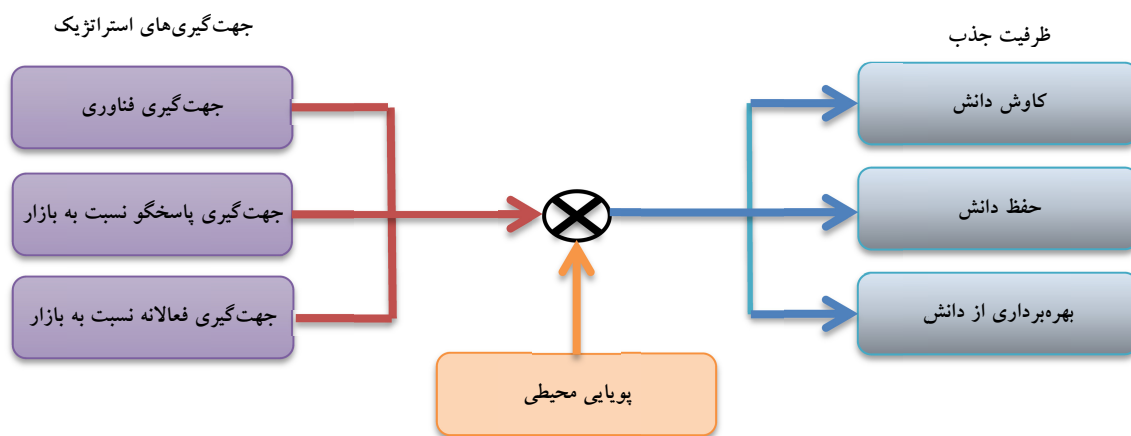
ظرفیت جذب، یک جزء اصلی نوآوری درونی در پیوند با جهت‌گیری‌های استراتژیک و عملکرد سازمانی است.

1. Dissemination

دلیل تمرکز متفاوت این دو نوع جهت‌گیری، اهمیت آن‌ها برای کاوش، حفظ و بهره‌برداری از دانش فناورانه بیرونی می‌تواند متفاوت باشد. کاربرد فناوری‌های جدید ممکن است حوزه‌های فناورانه‌ی سازمان را گسترش بدهد یا ندهد و اغلب شامل تغییراتی در بازارها و مشتریان است. بنابراین سه جهت‌گیری استراتژیک، یعنی جهت‌گیری فناورانه، جهت‌گیری پاسخ‌گو نسبت به بازار و جهت‌گیری فعالانه نسبت به بازار را می‌توان به عنوان عوامل تعیین‌کننده ظرفیت جذب برشمرد. شکل ۴ ارتباط بین سه جهت‌گیری مذکور و ظرفیت جذب را نشان می‌دهد [۱]. پویایی محیطی، نرخ تغییر در محیط سازمان را توصیف می‌کند، از این رو پویایی در محیط مرتبط سازمان می‌تواند نقشی اساسی در توسعه‌ی ظرفیت جذب آن ایفا کند [۱]. همچنین می‌توان گفت که میزان ظرفیت جذب سازمان بر تعیین نوع استراتژی سازمان تأثیرگذار است [۲۶، ۴۷].

باشند زیرا می‌توانند در استفاده از دانش مرتبط پیشین سهم داشته باشند. جهت‌گیری فناورانه، شامل تعهد قوی به تحقیق و توسعه (R&D) است؛ بنابراین تأکید سازمان بر استفاده از دانش فناورانه جدید را بازتاب می‌دهد. از سویی، جهت‌گیری فناورانه، اولویت بالایی برای آفرینش مفید و حفظ ارزش بالای مشتری قائل است، بنابراین بر نیاز به اطلاعات دقیق بازار تأکید دارد [۱]. در این راستا می‌توان به دو نوع جهت‌گیری بازار اشاره کرد: جهت‌گیری پاسخ‌گو نسبت به بازار^۱ و جهت‌گیری فعالانه نسبت به بازار^۲. جهت‌گیری پاسخ‌گو نسبت به بازار، ایجاد، اشاعه و استفاده از اطلاعات بازار مرتبط با نیازهای بیان شده مشتریان فعلی را توصیف می‌کند. از سوی دیگر، جهت‌گیری فعالانه نسبت به بازار، در ارتباط با کشف و برآوردن نیازهای پنهان^۳ مشتریان جهت آشکار ساختن فرصت‌های جدید است. به

1. Responsive Market Orientation
2. Proactive Market Orientation
3. Latent



شکل ۴. رابطه بین جهت‌گیری‌های استراتژیک و ظرفیت جذب [۱]

همچنین در جدول ۳ خلاصه‌ای از روابط به همراه نوع تأثیرگذاری هر یک از تئوری‌های نظری در جدول ۳ ارائه شده است.

نظریه‌ها	توضیح	محققان
	هم در حد متناسبی باشد باعث هم‌افزایی در ظرفیت جذب کل سازمان می‌شود.	
هم‌تکاملی	تغییر در ظرفیت جذب باعث تغییر در سطح دانش مرتبط پیشین سازمان می‌شود در نتیجه باعث تغییر در ساختار سازمانی و توانمندی‌های ترکیبی سازمان می‌گردد و از این طریق مجدداً باعث تغییر در ظرفیت جذب و تغییر در محیط‌های دانشی سازمان می‌گردد. بنابراین این محیط دانشی سازمان و ظرفیت جذب سازمانی با یکدیگر هم‌تکاملی دارند.	ون دن بوش و همکاران؛ لوین، لانگ و کارول؛ کواردو
جهت‌گیری‌های استراتژیک	میزان ظرفیت جذب در یک سازمان بر انتخاب استراتژی یک کسب‌وکار (که می‌تواند انواع مختلف رهبری هزینه‌ها، تمایز و تمرکز را داشته باشد) تأثیرگذار است. بنابراین میزان ظرفیت جذب سازمان نوع استراتژی سازمان را تعیین می‌کند.	فلور و اولترا؛ والش؛ لیچنتنالر

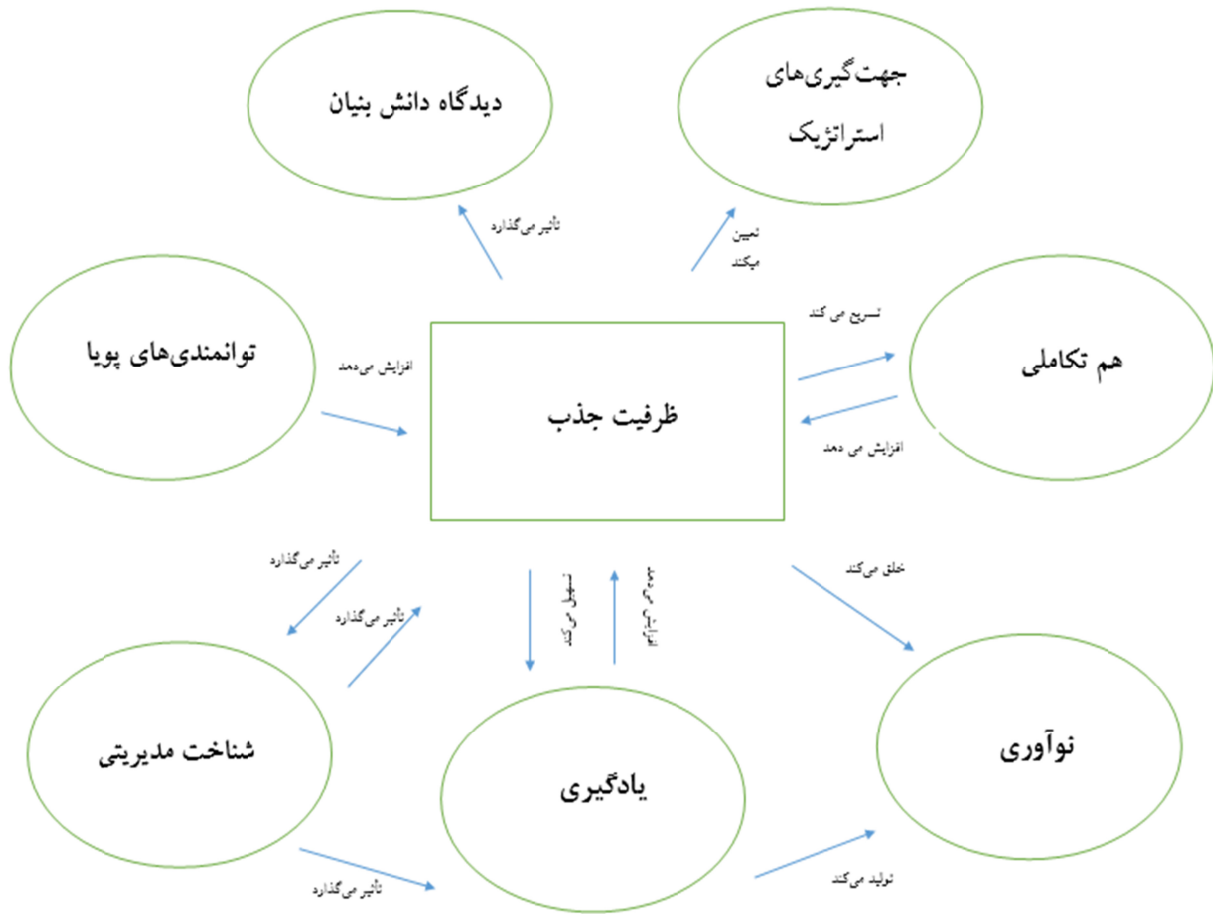
۵. بحث و نتیجه‌گیری

در این تحقیق بر برخی از تئوری‌های نظری موجود در ارتباط با مفهوم ظرفیت جذب مروری انجام شد. یادگیری یکی از تئوری‌های مرتبط است. یادگیری سازمانی به جذب دانش جدید به پایگاه دانشی سازمان اشاره دارد و دانش جدید زمانی جذب می‌شود که به درون فرایندها و روتین‌های سازمانی جذب شود و به نوعی هرچه دانش قبلی سازمان به دانش جدید بیشتر مشابهت داشته باشد، آسان‌تر جذب می‌شود. بنابراین می‌توان گفت یادگیری باعث افزایش ظرفیت جذب می‌شود و همچنین باعث ایجاد نوآوری می‌شود و ظرفیت جذب نیز باعث تسهیل فرایند یادگیری می‌شود. یکی از تئوری‌های دیگر تئوری نوآوری است. ظرفیت جذب، نه تنها می‌تواند نوآوری محصول یا

نظریه‌ها	توضیح	محققان
یادگیری	یک رابطه بازگشتی و دو طرفه میان این دو مفهوم وجود دارد که یکدیگر را به شکلی انباشتی تقویت می‌کنند؛ به طوری که هرچه یادگیری افزایش می‌یابد سطح دانش پیشین سازمان افزایش می‌یابد و ظرفیت جذب سازمان افزایش می‌یابد و از طرفی دیگر افزایش ظرفیت جذب، یادگیری را تسهیل می‌نماید.	آتیو و همکاران؛ لایلس و سالک؛ لین، سالک و لایلس؛ واسی لیوا
نوآوری	افزایش ظرفیت جذب باعث خلق نوآوری‌های تدریجی و ریشه‌ای از طریق افزایش تحقیق و توسعه می‌شود و همین‌طور باعث تشویق به‌کارگیری استراتژی نوآوری باز می‌شود.	زرواس؛ چسبرو؛ لیچنتنالر
توانمندی‌های پویا	ظرفیت جذب از طریق انتقال دانش (تصرف) و به‌کارگیری دانش (تصرف) باعث بهبود توانمندی‌های پویا در سازمان می‌شوند. از طرف دیگر افزایش توانمندی‌های پویا نیز باعث افزایش ظرفیت جذب می‌شود.	کاربون و همکاران؛ جانسن و همکاران؛ لیچنتنالر
دیدگاه دانش‌بنیان	با توجه به دانشی شدن محیط سازمان‌ها، رویکرد دانش‌بنیان در سازمان‌ها باعث افزایش ظرفیت جذب می‌شود.	کوگات و زاندر؛ گرانته؛ ماتوسیک و هیلی
شناخت مدیریتی	شناخت مدیریتی و منطق غالبی که در مدیران سازمان‌ها به‌عنوان کارکنان اطلاعاتی وجود دارد هم بر ظرفیت جذب سازمان تأثیرگذار است و هم بر ظرفیت جذب افراد سازمان. از طرفی اگر ظرفیت جذب افراد سازمان	لوین، لانگ و کارول؛ لایلس و شونک؛ والش؛ رولی

در نهایت، جهت‌گیری‌های استراتژیک سازمان‌ها نیز با ظرفیت جذب در ارتباط است. این جهت‌گیری در سه دسته‌ی فناوریانه، پاسخ‌گو نسبت به بازار و فعالانه نسبت به بازار تعریف شده است. جهت‌گیری فناوریانه شامل تعهد قوی به تحقیق و توسعه است؛ بنابراین تأکید سازمان بر استفاده از دانش فناوریانه جدید را بازتاب می‌دهد. جهت‌گیری پاسخ‌گو نسبت به بازار، ایجاد، اشاعه و استفاده از اطلاعات بازار مرتبط با نیازهای بیان‌شده مشتریان فعلی را توصیف می‌کند. از سوی دیگر، جهت‌گیری فعالانه نسبت به بازار، در ارتباط با کشف و برآوردن نیازهای پنهان مشتریان جهت آشکارساختن فرصت‌های جدید است. همچنین از سویی دیگر میزان ظرفیت جذب سازمان بر تعیین استراتژی آن تأثیرگذار خواهد بود. در نهایت می‌توان به یک جمع‌بندی کلی که رابطه‌ی این تئوری‌های سازمانی را با ظرفیت جذب نشان می‌دهد، رسید. نتیجه این جمع‌بندی در شکل ۵ ارائه شده است.

خدمت را در پی داشته باشد، بلکه می‌تواند منجر به نوآوری‌های راهبردی شود که هدف از آن‌ها تغییر شکل مدل‌های کسب‌وکار موجود، ایجاد مدل‌ها و بازارهای جدید و ایجاد جهش در ارزش مشتری است. همچنین از آنجا که بنگاه‌ها برای ایجاد بهبودهای تدریجی در محصولات و فناوری، دانش موجود خود را به‌طور مداوم تغییر می‌دهند، بنابراین ظرفیت جذب در بروز نوآوری‌های تدریجی نیز نقش مهمی دارد. ظرفیت جذب با مفهوم نوآوری باز نیز رابطه‌ی نزدیکی دارد. نوآوری باز در واقع به استفاده از جریان داخلی و خارجی دانش جهت تسریع نوآوری داخلی و گسترش بازار برای استفاده خارجی از نوآوری اشاره دارد. بنابراین می‌توان گفت ظرفیت جذب باعث خلق نوآوری می‌گردد. یکی دیگر از تئوری‌های مرتبط، نظریه‌ی توانمندی‌های پویا است که ارتباط تنگاتنگی با یکدیگر دارند. برای تحقق ظرفیت جذب، توانمندی‌های پویا اجتناب‌ناپذیر هستند؛ زیرا آن‌ها توانایی بنگاه برای یکپارچه‌سازی، ساخت و پیکربندی مجدد شایستگی‌ها را تشکیل می‌دهند. این شایستگی‌ها، بنگاه‌ها را برای توسعه روتین‌ها و فرایندهایی که به آن‌ها اجازه تجزیه تحلیل، پردازش، تفسیر و درک منابع خارجی از دانش اخذ شده برای توسعه و اصلاح آن دسته روتین‌هایی که ترکیب دانش موجود با دانش کسب و جذب‌شده را برای کاربردهای آینده و همچنین اصلاح، گسترش و نفوذ روتین‌ها، شایستگی‌ها و فناوری‌های موجود و یا خلق موارد جدید از طریق دانش جذب‌شده و تحول‌یافته به عملیات‌های سازمان را تسهیل می‌کند، توانمند می‌سازد. از دیگر تئوری‌ها می‌توان به هم‌تکاملی اشاره کرد. برنامه استراتژیک سازمان و انطباق‌پذیری سازمان (به طور مثال، فرایندها و روتین‌ها در طی جذب، انتقال و بهره‌برداری دانش) با تغییرات محیطی می‌بایستی با یکدیگر هم‌تکاملی داشته باشند تا بتوانند به ظرفیت جذب سازمان کمک کنند. این ظرفیت جذب از این جهت برای مزیت رقابتی مهم است که بنگاه‌ها را برای پیش‌بینی دقیق‌تر ماهیت پیشرفت‌های فناوریانه آینده توانمند می‌سازد. بنابراین می‌توان گفت ظرفیت جذب باعث تسریع فرایند هم‌تکاملی می‌گردد و هم‌تکاملی باعث افزایش ظرفیت جذب می‌گردد.



شکل ۵. ارتباط هر یک از نظریه‌ها با مفهوم ظرفیت جذب

References

منابع

[1] Lichtenthaler, U. and U. Lichtenthaler, Determinants of absorptive capacity: the value of technology and market orientation for external knowledge acquisition. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 2016. 31(5): p. 600-610.

[2] Volberda, H.W., N.J. Foss, and M.A. Lyles, Perspective—Absorbing the concept of absorptive capacity: How to realize its potential in the organization field. *Organization science*, 2010. 21(4): p. 931-951.

[3] Zahra, S.A. and G. George, Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and extension. *Academy of management review*, 2002. 27(2): p. 185-203.

[4] Camisón, C. and B. Forés, Knowledge absorptive capacity: New insights for its conceptualization and measurement. *Journal of Business Research*, 2010. 63(7): p. 707-715.

[5] Van Den Bosch, F.A., R. Van Wijk, and H.W. Volberda, Absorptive capacity: antecedents, models and outcomes. 2003.

[6] Cohen, W.M. and D.A. Levinthal, Innovation and learning: the two faces of R & D. *The economic journal*, 1989. 99(397): p. 569-596.

- [7] Lane, P.J., J.E. Salk, and M.A. Lyles, Absorptive capacity, learning, and performance in international joint ventures. *Strategic management journal*, 2001. 22(12): p. 1139-1161.
- [8] Reagans, R. and B. McEvily, Network structure and knowledge transfer: The effects of cohesion and range. *Administrative science quarterly*, 2003. 48(2): p. 240-267.
- [9] Benson, D. and R.H. Ziedonis, Corporate venture capital as a window on new technologies: Implications for the performance of corporate investors when acquiring startups. *Organization Science*, 2009. 20(2): p. 329-351.
- [10] Feinberg, S.E. and A.K. Gupta, Knowledge spillovers and the assignment of R&D responsibilities to foreign subsidiaries. *Strategic Management Journal*, 2004. 25(8-9): p. 823-845.
- [11] Rothaermel, F.T. and M.T. Alexandre, Ambidexterity in technology sourcing: The moderating role of absorptive capacity. *Organization science*, 2009. 20(4): p. 759-780.
- [12] Cohen, W.M. and D.A. Levinthal, Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation. *Administrative science quarterly*, 1990: p. 128-152.
- [13] Jansen, J.J., F.A. Van Den Bosch, and H.W. Volberda, Managing potential and realized absorptive capacity: how do organizational antecedents matter? *Academy of management journal*, 2005. 48(6): p. 999-1015.
- [14] Lichtenthaler, U. and E. Lichtenthaler, A capability-based framework for open innovation: Complementing absorptive capacity. *Journal of management studies*, 2009. 46(8): p. 1315-1338.
- [15] Grant, R.M., Toward a knowledge-based theory of the firm. *Strategic management journal*, 1996. 17(S2): p. 109-122.
- [16] Grant, R.M., Prospering in dynamically-competitive environments: Organizational capability as knowledge integration. *Organization science*, 1996. 7(4): p. 375-387.
- [17] Kogut, B. and U. Zander, Knowledge of the firm, combinative capabilities, and the replication of technology. *Organization science*, 1992. 3(3): p. 383-397.
- [18] Matusik, S.F. and M.B. Heeley, Absorptive capacity in the software industry: Identifying dimensions that affect knowledge and knowledge creation activities. *Journal of Management*, 2005. 31(4): p. 549-572.
- [19] Bettis, R.A. and C.K. Prahalad, The dominant logic: Retrospective and extension. *Strategic management journal*, 1995. 16(1): p. 5-14.
- [20] Lenox, M. and A. King, Prospects for developing absorptive capacity through internal information provision. *Strategic Management Journal*, 2004. 25(4): p. 331-345.
- [21] Minbaeva, D., et al., MNC knowledge transfer, subsidiary absorptive capacity, and HRM. *Journal of international business studies*, 2003. 34(6): p. 586-599.
- [22] Prahalad, C.K. and R.A. Bettis, The dominant logic: A new linkage between diversity and performance. *Strategic management journal*, 1986. 7(6): p. 485-501.
- [23] Cohen, W.M. and D.A. Levinthal, Fortune favors the prepared firm. *Management science*, 1994. 40(2): p. 227-251.
- [24] Lewin, A.Y. and H.W. Volberda, Prolegomena on coevolution: A framework for research on strategy and new organizational forms. *Organization science*, 1999. 10(5): p. 519-534.

- [25] Matthyssens, P., P. Pauwels, and K. Vandenbempt, Strategic flexibility, rigidity and barriers to the development of absorptive capacity in business markets: Themes and research perspectives. *Industrial Marketing Management*, 2005. 34(6): p. 547-554.
- [26] Flor, M.L. and M.J. Oltra, An exploratory analysis of the relationship between absorptive capacity and business strategy. *Technology Analysis & Strategic Management*, 2013. 25(9): p. 1103-1117.
- [۲۷] الهی، ش.، رابطه میان زیرساخت‌های رایج نوآوری، ظرفیت جذب و عملکرد نوآورانه در سطح ملی. مدیریت نوآوری، ۱۳۹۴. ۴ (۴): 1-30 .p
- [28] Islam, M.R., R&D intensity, technology transfer and absorptive capacity. Monash University, Department of Economics, 2009.
- [29] Keller, W., Absorptive capacity: On the creation and acquisition of technology in development. *Journal of development economics*, 1996. 49(1): p. 199-227.
- [30] Barney, J., Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 1991. 17(1): p. 99-120.
- [31] Goldberg, I., Globalization and Technology Absorption in Europe and Central Asia: The Role of Trade, FDI, and Cross-border Knowledge Flows. 2008: World Bank Publications.
- [32] Mustafa Kamal, E. and R. Flanagan, Understanding absorptive capacity in Malaysian small and medium sized (SME) construction companies. *Journal of Engineering, Design and Technology*, 2012. 10(2): p. 180-198.
- [33] Dalgic, B., Absorptive Capacity and Technology Spillovers: A Case From Turkey. *Journal of Business Economics and Finance*, 2013. 2(2): p. 13-27.
- [34] Gholizadeh, H., A.B. Naeini, and A. Moini, Proposing a model for absorption capacity of technology. *International journal of engineering & technology*, 2015. 4(1): p. 113-124.
- [35] Sun, P. and M. Anderson, An Examination of the Relationship Between Absorptive Capacity and Organizational Learning, and a Proposed Integration. Vol. 12. 2010. 130-150.
- [36] Vasylieva, O., Absorptive capacity in organizational theories: learning, innovation, managerial cognition. *Маркетинг і менеджмент інновацій*, 2013(4): p. 190-198.
- [37] Autio, E., H.J. Sapienza, and J.G. Almeida, Effects of age at entry, knowledge intensity, and imitability on international growth. *Academy of management journal*, 2000. 43(5): p. 909-924.
- [۳۸] تید، ج.آ.ب.ج.، مدیریت نوآوری: یکپارچه‌سازی تغییرات فناورانه، بازار و سازمان (جلد ۲). ۱۳۹۴: رسا.
- [۳۹] سیدامیرحسین، ح.م.ط.ا.، مدیریت تکنولوژی و نوآوری. ۱۳۹۴: رسا.
- [۴۰] صفدری رنجبر، م.، م. منطقی، و غ. توکلی، نوآوری باز: نگاهی جامع بر مفاهیم، رویکردها، روندها و عوامل کلیدی موفقیت. ۱۳۹۳.
- [41] Zerwas, D., Organizational Culture and Absorptive Capacity: The Meaning for SMEs. 2014: Springer Science & Business Media.
- [۴۲] مرادی، م.، بررسی نقش ظرفیت جذب دانش بر عملکرد نوآورانه سازمان‌ها (مطالعه موردی: شرکت‌های داروسازی و شرکت‌های بیمه حاضر در بورس اوراق بهادار تهران). چشم‌انداز مدیریت بازرگانی، ۱۳۹۲. ۴۶ (۱۱): 79-102 .p

- [43] Teece, D.J., G. Pisano, and A. Shuen, Dynamic capabilities and strategic management. Strategic management journal, 1997: p. 509-533.
- [44] Cepeda-Carrion, I., et al., Critical processes of knowledge management: An approach toward the creation of customer value. European Research on Management and Business Economics, 2017. 23(1): p. 1-7.
- [45] Curado, C., The knowledge based-view of the firm: from theoretical origins to future implications. 2006.
- [46] Rowley, J., The wisdom hierarchy: representations of the DIKW hierarchy. Journal of information science, 2007. 33(2): p. 163-180.
- [47] Walsh, J.P., Managerial and organizational cognition: Notes from a trip down memory lane. Organization science, 1995. 6(3): p. 280-321.
- [48] Lyles, M.A. and C.R. Schwenk, Top management, strategy and organizational knowledge structures. Journal of management studies, 1992. 29(2): p. 155-174.
- [49] Lewin, A.Y., C.P. Long, and T.N. Carroll, The coevolution of new organizational forms. Organization science, 1999. 10(5): p. 535-550.
- [50] Van Den Bosch, F.A., H.W. Volberda, and M. De Boer, Coevolution of firm absorptive capacity and knowledge environment: Organizational forms and combinative capabilities. Organization science, 1999. 10(5): p. 551-568.

راهنمای نگارش مقالات فصلنامه رهیافت

در صورت تمایل به چاپ مقاله در این فصلنامه خواهشمند است به نکات ذیل توجه فرمایند:

۱. مقالات باید به شکل مقاله تحقیقاتی اصیل (Original Article) بوده و قبلاً در مجلات علمی داخلی یا خارجی چاپ نشده یا در حال بررسی نباشد؛
۲. مقالات به زبان‌های فارسی یا انگلیسی پذیرفته می‌شوند. ارسال چکیده به هر دو زبان ضروری است؛
۳. ارسال مقالات ضرورتاً به شکل الکترونیکی خواهد بود. برای این منظور فایل خود را ابتدا از طریق سایت www.nrisp.ac.ir ارسال و سپس از طریق سامانه الکترونیکی rahyaft.nrisp@gmail.com پست نمایید؛
۴. ذکر دقیق اسامی نویسنده یا نویسندگان و موقعیت سازمانی به همراه آدرس الکترونیکی آنان ضروری است؛
۵. هدف این فصلنامه توسعه، ترویج و انتشار موضوعات مرتبط با محورهای مطالعات و سیاست‌گذاری علم، فناوری و نوآوری در زمینه‌های مختلف اعم از علوم انسانی و علوم طبیعی صورت می‌گیرد؛
۶. برخی اوقات، اصطلاحات بیگانه که برای آن‌ها معادل فارسی وضع شده است، در مقالات به همان صورت زبان مبدأ درج می‌شوند. هر چند ویراستار مجله می‌تواند واژه‌های عمومی را اصلاح کند و به فارسی برگرداند (مانند یارانه به جای سویسید؛ فناوری به جای تکنولوژی؛ حامی مالی به جای اسپانسر؛ راهبردی به جای استراتژیک و جز این‌ها)، تبدیل اصطلاحات تخصصی به فارسی (دست کم آن‌هایی که برایشان معادلی انتخاب شده است) تنها از عهده خود مؤلفان، و متخصصان هر حوزه برمی‌آید. از آنجا که فصلنامه رهیافت مورد استفاده استادان و دانشجویان به شمار می‌آید و برگرداندن اصطلاحات بیگانه به فارسی می‌تواند به یکدست شدن و ترویج این اصطلاحات در میان اهل علم کمک کند، لذا توصیه می‌شود نویسندگان محترم حتی المقدور از معادل‌های فارسی استفاده کنند؛
۷. برای ارجاعات درون متنی در مجلات دو شیوه متفاوت وجود دارد. در یک شیوه، مقابل مطلب نقل شده، شماره مرجع بر اساس فهرست منابعی که در پایان مقاله آمده [۲]، درج می‌شود و در شیوه دوم، نام مؤلف و سال انتشار اثر می‌آید که فصلنامه رهیافت در حال حاضر برای سادگی کار مؤلفان، از روش اول استفاده می‌کند. لذا نویسندگان محترم هم باید از همین روش استفاده کنند؛
۸. در بخش منابع (تک‌ستونی)، عنوان مقاله در درون گیومه و عنوان کتاب یا مجله با قلم ایرانیک (مورب) درج شود. همچنین، سال انتشار اثر بلافاصله پس از نام مؤلفان بیاید؛
۹. اندازه قلم عناوین فرعی کوچک تر از عنوان اصلی باشد و شماره آن‌ها از راست به چپ درج شود. همچنین، پیشنهاد می‌شود که بخش مقدمه نیز شماره داشته باشد؛
۱۰. استفاده از واژه «ادبیات» در مقابل اصطلاح (Literature) به معنای «متن، آثار پژوهشی، پیشینه پژوهش» و مانند آن‌ها، نادرست است؛ هر چند این واژه فارسی (در معنای نادرست خود) در پژوهش‌های دانشگاهی و علمی بسیار متداول شده است؛
۱۱. کلمه «واژگان» اصطلاحی تخصصی است که در برابر واژه Lexicon وضع شده و معنای آن با صورت جمع کلمه «واژه» (واژه‌ها) متفاوت است. از این رو، به جای استفاده از ترکیب «کلید واژگان» در بخش چکیده، عبارت «کلیدواژه‌ها» استفاده شود؛
۱۲. تعداد واژگان هر مقاله باید حداکثر ۶۰۰۰ کلمه باشد؛
۱۳. نویسندگان دقت نمایند که تصاویر ارسالی با کیفیت بوده و سایز آن از ۱۶*۲۲ سانتی متر تجاوز نکند.

Studying the Theoretical Origins of Absorptive Capacity

Hamid Kazemi* & Shohreh Nasri

Received: 23, Sep. 2017

Accepted: 27, Feb. 2018

Abstract

In today's changing environment, knowledge, and technology are the basis of competition, especially for knowledge-based organizations. These organizations need to apply new knowledge in order to fulfill their business goals. A part of this knowledge is derived from external resources. Hence, the ability to exploit external knowledge is a critical factor for the innovative capabilities of organizations. This ability is called "absorptive capacity", which has different levels from the individual level to national level in the literature. Considering the importance of the absorptive capacity theory, this study attempts to analyze this concept with related theories. Therefore, some existing theories related to this concept such as learning, dynamic capabilities, innovation, strategic directions, knowledge-based view, managerial cognition, and co-existence theories are examined in this study and the relationship of these theories with absorptive capacity is posed.

Keywords: Absorptive Capacity; Theoretical Origins; Learning; Dynamic Capabilities; Innovation; Strategic Directions; Knowledge-based View, Managerial Cognition, and Co-existence

* Corresponding Author: kazemi.hamid@nrsp.ac.ir