

ایجاد ظرفیت جذب برای ساماندهی نوآوری باز در SMEها

سعید رحمانیان^{۱*}، مهدی نصر^۲

مرکز مطالعات توسعه و فناوری دانشگاه صنعتی اصفهان، saeedfed@gmail.com

مرکز مطالعات توسعه و فناوری دانشگاه صنعتی اصفهان، mehdi3391@yahoo.com

چکیده

نوآوری یکی از استراتژی‌های مهم رقابت هم برای کارخانه‌های کوچک و هم برای کارخانه‌های بزرگ است. SMEها با مشکلات عجیبی مواجه‌اند که در تضاد با فعالیت‌های نوآوری‌شان است. SMEها همیشه کمتر قادر به تحقیق و استفاده از دانش کدگذاری شده هستند که آنها را وادار می‌کند بیشتر بر راه‌های شخصی تبادل این دانش و "یادگیری به وسیله انجام دادن و تعاملات" تکیه کنند. صنایع سنتی که عمدتاً با حضور SMEها وصف می‌شوند شدت تحقیق و توسعه و ظرفیت نوآوری محدودی را نشان می‌دهند. در واقع صنایع سنتی کمتر قادر به تشخیص ارزش فرصت‌های بیرونی، شناسایی و تحلیل دانش‌ها و نحوه بکارگیری آنها در ارتقای کسب و کار هستند. چنین محدودیت‌های و موانع نوآوری در بنگاه‌ها را می‌توان به دو دسته درونی و بیرونی تقسیم نمود. در مورد موانع درونی نوآوری "عدم وجود ظرفیت جذب" در بنگاه‌ها یکی از موانع کلیدی نوآوری است. توانایی بنگاه برای تشخیص ارزش چیزهای جدید، اطلاعات خارجی، جذب و انطباق آن و بکارگیری آن در جهت اهداف تجاری، برای فعالیت‌های نوآوری آنها مهم و حیاتی است. توانایی ارزیابی و استفاده از دانش بیرونی تابع منابع دانش، سطح دانش اولیه مرتبط و وابسته به توانایی بنگاه در گرفتن این دانش خارجی برای خودست. این توانایی‌ها در مجموع ظرفیت جذب یک بنگاه نامیده می‌شود.

در این مقاله ظرفیت جذب SMEهای استان مرکزی و اثر آن بر فعالیت‌های نوآوری مورد مطالعه قرار گرفته است و راهکارهای ارتقای ظرفیت جذب SMEها ارائه می‌شود. مطالعات حاکی از پایین بودن ظرفیت جذب صنایع استان حتی در سطح اولیه ظرفیت جذب یا همان شناسایی دانش بیرونی است. در ادامه سیاست‌ها و برنامه‌های منطقه‌ای در ابعاد مدیریتی، نیروی انسانی و ... براساس نتایج مطالعات میدانی و الگوبرداری از سایر کشورها ارائه شده است.

واژه‌های کلیدی: نوآوری، ظرفیت جذب، دانش بیرونی

۱ و * - نویسنده مسئول: کارشناسی ارشد مکانیک، مدیر مرکز مطالعات توسعه و فناوری دانشگاه صنعتی اصفهان، نویسنده اول

۲ - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، کارشناس مرکز مطالعات، نویسنده دوم