

مروری بر ارتباط مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی و چگونگی ارتباط آنها

احمد رضا شکرچی زاده^۱، میلاد جعفری طادی^۲

^۱مدیر گروه کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران ؛ ahmad_shekar2@hotmail.com
^۲دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران ؛ mjafari22@outlook.com

.....

چکیده

امروزه با پیچیدگی رقابت، نوآوری به عنوان یکی از مزیت های اصلی برای حیات شرکت هامحسوب می شود. ظهور نوآوری دانش نه تنها سازمان ها را قادر می سازد نسبت به رقبا مزیت رقابتی به دست آورند بلکه ابزار سودمندی را برای ارتقای عملکرد سازمانی ارائه می کند. در واقع مدیران و سیاست گذاران سازمانی دریافته اند که نوآوری موفق نوآوری دانش مدار است. مدیریت دانش (فرآیند کسب یا ایجاد، نگهداشت و تسهیم و بکارگیری دانش) در توانمند ساز سازمانها نقش اساسی دارد و تسهیم دانش به عنوان مهم ترین کارکرد آن، منجر به افزایش خلاقیت و نوآوری در سازمان می شود. در این مقاله به بررسی نقش مدیریت دانش در کارآفرینی سازمانی پرداخته شده است. بدین منظور، با مرور ادبیات مرتبط، با تبیین مفاهیم کارآفرینی سازمانی، نوآوری و مدیریت دانش، ارتباط بین آنها مورد بررسی قرار گرفته است. نتیجه حاکی از آن است که تسهیم دانش، از طریق افزایش نوآوری، می تواند نقش مهمی در کارآفرینی سازمانی ایفا کند. از این رو، سازمانها برای رسیدن به کارآفرینی سازمانی باید به مکانیزمهای تسهیم دانش در سازمان جهت ایجاد نوآوری توجه نمایند..

کلمات کلیدی.

مدیریت دانش، کارآفرینی سازمانی، تسهیم دانش، بکارگیری دانش، گردآوری دانش.

۱- مقدمه

جهان در چند دهه گذشته شاهد تحولات عظیمی در نظامهای مختلف از جمله نظام کسب و کار و اقتصاد بوده است. از یک طرف با پیشرفت های چشمگیر تکنولوژیک، ایجاد بازار مشترک اروپا با ۳۳۰ میلیون مصرف کننده، فروپاشی اقتصاد کمونیستی و حرکت آنها به سوی اقتصاد آزاد، مطرح شدن کشورهای آسیای شرقی به عنوان قطب های صنعتی و از طرف دیگر کمبود مواد و انرژی، تورم، رکود اقتصادی، صنایع در حال افول و بیکاری که به جرات می توان گفت یکی از مهمترین معضلات امروز کشورهای دنیا می باشد، روبروست. دگرگونی و پویایی ماهیت این جهان است و بخصوص در عصر حاضر، شدت، سرعت و گستره ی دگرگونی فزاینده است. این دگرگونی ها در سازمانها و محیط آنها نیز اتفاق می افتد و حاصل آن افزایش رقابت است. سازمانها ملزم به پذیرش تغییر هستند، پس باید آگاهانه در آن مشارکت کنند، خود و دنیای پیرامون خود را تغییر دهند و نوآوری نمایند چرا که یکی از الزامات بقا در محیط درحال تغییر، نوآوری است. اما چرا باید به سازمانها و بقای آنها توجه کنیم؟ از منظر اکولوژیک، کارآفرینی سازمانی، پاسخ مناسب سازمانها به تغییرات، رقابت و عدم قطعیت است. در حقیقت کارآفرینی سازمانی الگوی مناسبی برای سازمانها برای زندگی در محیط پر از تغییر و تحول است. از این رو چنانکه جانسون نیز اشاره می کند، کارآفرینی در قلب هر سازمانی خواهد بود که در جستجوی بقا و کامیابی است (عالم تبریز، ۱۳۸۸)

مدیریت دانش ضامن موفقیت و بقای سازمان ها تلقی می شود. مدیریت دانش از طریق اطلاعات و دانش به برنامه ریزی، هدایت و تصمیم گیری صحیح کمک می کند دانش می تواند در تصمیمات مناسب باشد و از این طریق منجر به کسب رقابتی برای افراد گردد و در نهایت میزان کارآفرینی را به صورت چشمگیر افزایش دهد. (عالم تبریز ۱۳۸۸) مدیریت دانش به عنوان یک فرایند سیستماتیک جهت پیدا کردن، انتخاب، سازماندهی، چکیده سازی و ارائه اطلاعات در جهت افزایش درک و فهم کارکنان از حوزه خاص مورد علاقه شان می باشد. مدیریت دانش به سازمان در کسب، درک و بینش حاصل از تجربه خود کمک می کند. فعالیت های خاص مدیریت دانش به تمرکز سازمان بر اکتساب، ذخیره سازی و به کار گیری دانش برای مواردی از قبیل حل مسئله، یادگیری پویا، برنامه ریزی استراتژیک و تصمیم گیری کمک می کند که در نهایت موجب کار آفرینی می شود. از آنجا که دانش در سازمان به خودی خود دارای ارزش نیست و باید توسط افراد به کار گرفته شود، توجه به افرادی که دانش را بکار می برند و نیز دانش

^۱ دکتر احمد رضا شکرچی زاده، مدیر گروه کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران ؛ ahmad_shekar2@hotmail.com ۰۹۱۳۳۲۵۸۵۳۲.

تولید می کنند الزامی است. از این رو تسهیم دانش به عنوان یکی از زیر فرایندهای مدیریت دانش، جهت به جریان در آوردن دانش و رساندن آن به جای اصلی خود، اهمیت ویژه ای خواهد داشت. هدف این مقاله بررسی نقش مدیریت دانش در کارآفرینی سازمانی است. برای این منظور ابتدا به مطالعه ادبیات مرتبط با کارآفرینی سازمانی پرداخته شده است تا جایگاه نوآوری در کارآفرینی سازمانی معین شود. مفاهیم نوآوری مورد بحث قرار گرفته و سپس به تسهیم دانش پرداخته شده و با تکیه بر پیشینه مطالعات تجربی، که رابطه مستقیم بین مولفه های مدیریت دانش و نوآوری را تأیید می کند، نقش موثر مدیریت دانش در کارآفرینی سازمانی مورد تاکید قرار گرفته است.

۲- ادبیات پژوهش

کارآفرینی سازمانی

کارآفرینی سازمانی که به آن کارآفرینی شرکتی نیز گفته می شود، به مفهوم تعهد یک شرکت به ایجاد و معرفی محصولات جدید، فرایندهای جدید و نظام های سازمانی نوین می باشد و در بر گیرنده دو نتیجه است: یکی ایجاد کسب و کار جدید در درون شرکت و دومی تغییر سازمانها از طریق نوسازی استراتژیک (ذبیحی و مقدسی، ۱۳۸۵) به باور شومپتر، کارآفرینی سازمانی واژه ای است که از درون دنیای کسب و کار برخاسته و توانایی استفاده از منابع با روش های جدید است که منجر به خلق محصولات و خدمات جدید در محیط سازمانی می شود. از نظر استونر و دیگران (۱۹۹۸) کارآفرینی سازمانی به معنای توسعه شایستگی ها و فرصتها در درون سازمان از طریق ترکیبات مختلف منابع است (مقیمی، ۱۳۸۳) از دیدگاه جانسون (۲۰۰۱)، کارآفرینی سازمانی اشکال مختلفی دارد که عبارتند از: کارآفرینی درون سازمانی یعنی ایجاد فعالیت اقتصادی کارآفرینانه در داخل و خارج سازمان. کارآفرینی توزیعی یعنی ایجاد ساختارها و فرهنگ در سازمان برای حمایت کارآفرینی و نوآوری برای تشویق کارکنان در جهت عهده گیری فعالیت های اقتصادی. مشارکت صنفی به معنی ایجاد ظرفیت نوآورانه از طریق توسعه روابط نزدیک با شرکتهای کوچک در بخشهای مرتبط است. در این رابطه حتی خود شرکتهای کوچک مزایای این مشارکت را درک کرده اند و خود را از طریق شبکه های رسمی سرمایه گذاری به شرکتهای بزرگ معرفی می کنند (جانسون، ۲۰۰۱) کارآفرینی سازمانی، شرایط و زمینه ای را در سازمان فراهم می کند که اولاً هر شخص یا گروهی که بخواهد، فرایند درون سازمانی را طی کند تا بتواند آن را به سرعت، راحت و اثر بخش به اجرا درآورد، ثانیاً محرک، مشوق و آموزش دهنده افراد برای اجرای فعالیت های کارآفرینانه باشد (ذبیحی و مقدسی، ۱۳۸۵) در تمامی این نظرات دیده می شود که نوآوری یکی از ابعاد مهم کارآفرینی سازمانی است. به عبارت دیگر، یکی از کارکردهای مهم کارآفرینی سازمانی، حمایت از نوآوری سازمانها می باشد.

مدیریت دانش

مدیریت دانش مطلب جدیدی نیست، می توان گفت از صدها سال پیش که صاحبان شرکت های خانوادگی، تجار، کشاورزان و سایر مهارت های مورد نیاز را به فرزندان و شاگردان خود انتقال داده اند، مفهوم مدیریت دانش نیز وجود داشته است (ابطحی و صلواتی، ۱۳۸۴). به زعم مطالعات فراوانی که در زمینه مدیریت دانش صورت گرفته (مچلپ، ۱۹۶۲؛ بلاکر، ۱۹۹۵؛ روس و همکاران، ۱۹۹۷؛ ویگ، ۱۹۹۹؛ ژو، ۲۰۰۳) هنوز تعریف واحدی از مدیریت دانش ارائه نشده و صاحب نظران از دیدگاه های مختلفی به آن می نگرند (ابطحی و صلواتی، ۱۳۸۴). بخش زیادی از ناهماهنگی های فعلی به خاطر ابهاماتی است که در تعریف دانش نهفته است. از این رو تعمق در مورد مفهوم داده، اطلاعات و دانش به منظور تبیین مفهوم مدیریت دانش ضروری به نظر می رسد.

انواع دانش

دانش پدیده ای پیچیده و چند بعدی است و برای مدیریت مطلوبتر، نیازمند درک ویژگیهای پیرامون آن می باشد. مجزا ساختن انواع متفاوت و در عین حال مهم دانش در مدیریت و کاربرد آن به طور اثر بخش در چارچوب سازمان ضروری و مهم به نظر می رسد. زیرا انواع مختلف دانش دارای کاربردهای گوناگونی در مدیریت دانش هستند و همچنین مستلزم بکارگیری مدل های بخصوص در مدیریت دانش می باشند. با مقایسه انواع دانش می توان درک بهتری از دانش به وجود آورد.

معروفترین طبقه بندی از دانش، توسط نوناکا و تاکوچی (۱۹۹۵) انجام گرفته است، که این طبقه بندی، مبتنی بر نگرش پولانی^۱ (۱۹۶۲) در خصوص دانش می باشد. نوناکا در این طبقه بندی، دو نوع دانش را معرفی می کند که عبارتند از:

۱- دانش صریح^۲ (آشکار یا عینی):

^۱. Polani

^۲. Explicit Knowledge

۲- دانش ضمنی^۱ (نهان یا نهفته):

نوناکا دانش ضمنی را دانشی تعریف می کند که به صورت واضح بیان نشده است در حالیکه پولانی این نوع دانش را، دانشی می داند که نمی توان به صورت صریح بیان کرد. شکاف بین این دو تعریف را کیم و همکاران^۲ (۲۰۰۳) با ارائه دانش مفهومی پر می کند و آن را به صورت دانشی تعریف می کند که به صورت غیر صریح و درونی وجود دارد ولی با صرف هزینه و زمان می توان آن را به صریح تبدیل کرد. دانش ضمنی، شکلی از دانش است که از تجربیات و اعمال مستقیم و معمولاً از طریق مکالمات تعاملی خوب می تواند به اشتراک گذاشته شود. دانش ضمنی، دانشی است که احساس یا درک می شود اما نمی تواند به صورت مکتوب، بیان شود (واتسون، ۲۰۰۳). مشکلات کدگذاری و شفاهی بیان کردن، از ویژگی های آن (دانش ضمنی) است. دانش ضمنی تولید می شود اما از افرادی که مالک آن هستند جدا نیست و به عنوان مهارت و خبرگی انسانی که در ذهن افراد ذخیره شده و از طریق تجربه و تعامل با محیط بدست می آید، می باشد. بخشی از دانش که در داخل سازمان تولید می شود، دانش صریح است که به آسانی قابل ذخیره و انتقال است دانش صریح به آسانی قابل تشخیص است، نوشته و کد گذاری می شود و مستند کردن، اخذ و توزیع آن در فرمت های گوناگون آسان است، بنابراین می تواند در سراسر سازمان در شکل قوانین و رهنمودها بیان شود.

ضرورت و اهمیت مدیریت دانش

مدیریت دانش بدین دلیل اهمیت دارد که روشی را برای درک روشن و جامع از ابتکارات مدیریت و رویه ها ارائه می دهد. زمانی که شرکت ها در بکارگیری سرمایه های ملموس با شکست مواجه می شوند. سرمایه های دانشی می توانند علارغم دشواری در کمی شدن، برای رشد، نوآوری، عملکرد و بقای بلند مدت سازمانها حیاتی باشند. شناسه زاده (۱۳۸۰)، براین باور است که به دلایل زیر، امروزه سازمانها باید به مدیریت دانش بیش از گذشته توجه کنند.

۱. انفجار اطلاعات و افزایش دانش در جامعه
۲. پیچیدگی محصولات و تنوع خدمات در جامعه
۳. محیط بازار، به طور فزاینده ای رقابتی شده است و نرخ نوآوری در حال افزایش است.
۴. فشار رقابتی میزان نیروی کار را کاهش می دهد و این دانش ارزشمند است، که کسب و کار را نگهداری می کند.
۵. گرایش به بازنشستگی زود هنگام و افزایش نقل و انتقال نیروی کار، منجر به هدر رفتن دانش شده است.
۶. تغییرات در راهبرد ، ممکن است باعث از دست دادن دانش در حیطه ای خاص شود.
۷. امروزه ضرورت مدیریت دانش برای سازمانهای کوچک تر مهمتر شده است. زیرا آنها امکانات و منابع سازمانهای بزرگ را ندارند و بیش از آنها باید منعطف باشند و درست تصمیم بگیرند. در غیر این صورت کوچکترین اشتباه می تواند برای آنها گران تمام شود.
۸. امروزه بیشتر سازمانها در حال ورود به بازارهای جهانی هستند. فعالیت فراملی مستلزم ارتباطات سازمانی قوی و توانایی نگهداری دانش است، که این به یادگیری فردی و سازمانی و هماهنگی فرهنگی وابسته است.
۹. امروزه سازمانها بر مبنای دانش رقابت می کنند و با کاربرد دانش منابع بیشتری کسب می کنند.
۱۰. کاربرد مدیریت دانش منجر به افزایش سریع تر حل مسئله، پاسخ به تغییر و انطباق با آن ، انعطاف پذیری و ... می شود

پیامدهای (مزایای) بکارگیری مدیریت دانش

تحقیقات گوناگون در گذشته، مزایای بکارگیری اثر بخش مدیریت دانش را نشان داده اند. برخی از مزایای بکارگیری مدیریت دانش در سازمانها عبارتند از :

- ارائه خدمات و محصولات برتر.
- بکارگیری سریع تر نظرات و اختراعات
- کاهش هزینه های تولید
- افزایش سطح یادگیری سازمانی
- تقویت سطح فرهنگی سازمانی
- ایجاد مزیت رقابتی پایدار در سازمان

^۱. Tacit Knowledge

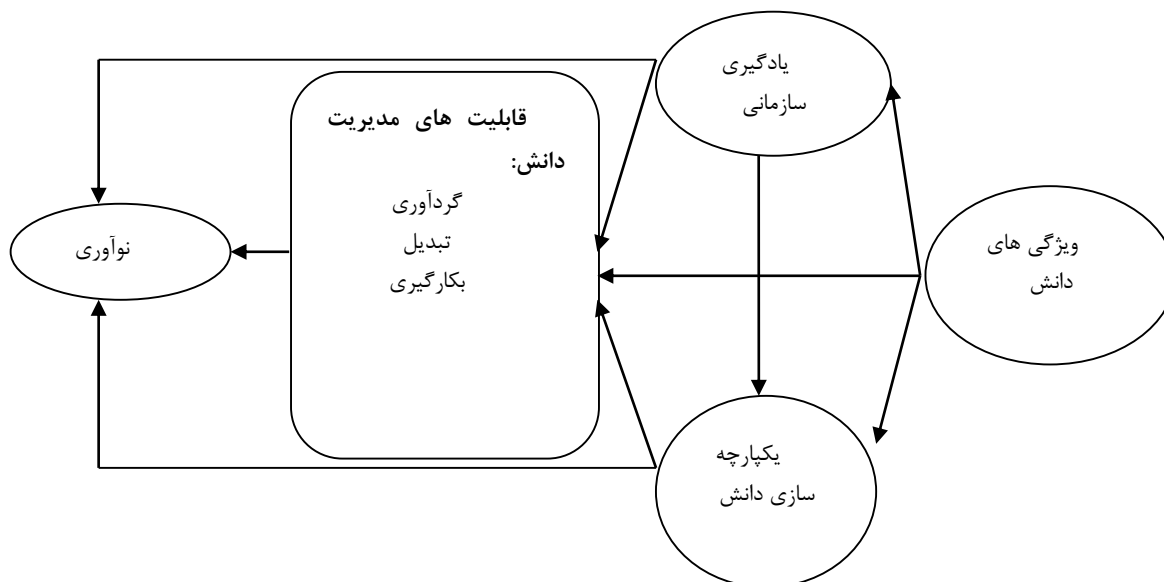
^۲. Kim et al

- ایجاد توانمندی در حل مسائل سازمان در کوتاهترین زمان ممکن
- بهبود بهره وری در ارائه محصولات و خدمات به مشتریان
- بهبود کیفیت کاری کارکنان از طریق ظرفیت سازی و بهبود مهارت‌ها
- ایجاد انگیزش در کارکنان
- ایجاد سیستم دانشی و یادگیری رسمی (تجربیات موفق و درس آموخته شده)
- یکپارچگی بهتر و آموزش بهتر حین کارکنان
- ارتباطات نزدیکتر با مشتریان
- فرآیندهای داخلی سریع تر و بهتر
- نگهداری بهتر کارکنان

مدل های مدیریت دانش

مدل ترزا و همکاران

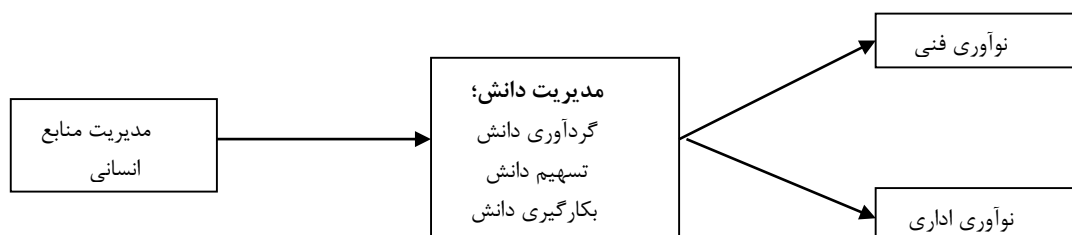
یکی از کامل ترین مدل ها در زمینه مدیریت دانش، توسط ترزا و همکاران (۲۰۰۶)، ارائه شده است. آنها در این تحقیق اثبات می کنند که ظرفیت های دانش شامل گردآوری، تبدیل و به کارگیری به نوآوری در محصول و فرآیند منجر خواهد شد. مطابق شکل (۱)



شکل ۱: مدل ترزا و همکاران (۲۰۰۶)

مدل چن و چانگ

چن و چانگ (۲۰۰۹)، فرآیند های مدیریت دانش را در سه بعد گروه بندی نمودند شکل (۲): ۱- کسب دانش ۲- تسهیم دانش ۳- اعمال یا بکارگیری دانش. آنها در تحقیقی با عنوان بررسی نقش میانجی مدیریت دانش در ارتباط بین مدیریت منابع انسانی و عملکرد نوآورانه پرداختند. در ادامه هر کدام از سه بعد فوق بیشتر تشریح می شود.



شکل ۲: فرآیند مدیریت دانش (چن و چانگ، ۲۰۰۹)

گردآوری دانش

فرآیند گردآوری دانش، فرآیندی است که به سمت بدست آوردن دانش، گرایش دارند. عبارات بسیاری برای بیان این فرآیند به کار رفته است از جمله: کسب، جستجو، تولید، خلق، ذخیره سازی و بازیابی که همه این عبارات دارای یک ریشه مشترک هستند. خلق دانش جدید حاصل به کارگیری دانش موجود است، همچنین بهبود استفاده از دانش موجود و افزایش اثربخشی کسب دانش جدید جنبه کلیدی این فرآیند است. مکانیزم‌های ذخیره سازی و بازیابی اثربخش، سازمان را برای تسریع و سادگی دسترسی به دانش، توانمند می‌سازند. کسب اطلاعات از خارج از فروشگاه و کارکنان داخلی، فرصتهایی را برای شرکتها به منظور ترکیب مجدد دانش و خلق دانش جدید، فراهم می‌سازد. ترکیب دانشی که جدیداً کسب شده است با دانش موجود، می‌تواند انبار دانش سازمانی را ارتقا دهد (چن و چانگ، ۲۰۰۹).

فرآیند تسهیم دانش

تسهیم دانش به عقاید جمعی یا عادات اخلاقی مربوط به توسعه‌ی آموزش در میان افراد و یا واحدهای درون و برون سازمان بر می‌گردد. از سوی دیگر، ادل و گریسون (۱۹۹۹) معتقدند که تسهیم دانش، انتقال سازمانی و فناوریانه داده‌ها، اطلاعات و دانش را در بر می‌گیرد. ظرفیت سازمان برای جابجایی دانش، بیانگر قابلیت انتقال و به اشتراک گذاشتن قدرت است که لازمی موفقیت سازمان می‌باشد. از این رو، دانش باید به دقت و به سرعت در سراسر سازمان و یا حوزه‌های سازمانی توزیع شود (چن و چانگ، ۲۰۰۹).

فرآیند بکارگیری دانش

فرآیند بکارگیری دانش، فرآیندهای مدیریت دانشی هستند که به سمت کاربرد عملی دانش گرایش دارند. بطور کلی به خروجی‌های بکارگیری اثربخش دانش، توجه کمی شده است. داونپورت و کلارک (۱۹۹۸)، بیان نمودند که کاربرد موثر دانش کمک کرده است که شرکت‌ها کارایی خود را بهبود داده و هزینه‌های خود را کاهش دهند (چن و چانگ، ۲۰۰۹).

۳- پیشینه پژوهش

در مطالعه‌ای توسط داروچ جنی^۱ به نام "آزمون رابطه بین فرآیندهای مدیریت دانش و انواع نوآوری" به بررسی رابطه بین اکتساب دانش، انتشار دانش، پاسخگویی به دانش با نوآوری پرداخته می‌شود. نوآوری در این تحقیق به دو شکل (رادیکالی و تدریجی) تقسیم بندی شده و رابطه مثبت بین این متغیرها کشف شده است. در شرکت‌های بازرگانی نوآوری تدریجی بیشتر از نوآوری رادیکالی وجود دارد، چرا که این نوع از نوآوری قادر به اکتساب و انتشار دانش و هم چنین پاسخگویی به دانش به طور مؤثری است.

براساس مدلی که جان آریلید و همکاران (۱۹۹۹) ارائه دادند دیدگاه‌های سازمان مسیری را برای خلق دانش جدید مشخص می‌کند که حمایت از نوآوری سازمانی و یکپارچه سازی دانش و استفاده از آن را به همراه خواهد داشت. تسهیم دانش ایجاد کننده فرصتهایی برای به حداکثر رساندن توانایی سازمان برای مواجهه با نیازهایش و ایجاد راهکارهایی برای ایجاد کسب و کاری با مزایای رقابتی می‌باشد.

از طرف دیگر، دیوید آدرشت و ماکس کیلیباچ (۲۰۰۸) بیان می‌کنند که پارادوکس دانش نشان می‌دهد که سرمایه گذاری زیاد بر روی دانش جدید لزوماً و بطور خودکار سطوح پیش بینی شده از رقابت پذیری برای رشد را ایجاد نمی‌کند. به عبارتی سرمایه گذاری بر روی دانش مستقیماً به رشد متعادل و رقابت پذیری تبدیل نمی‌شود. بلکه کارآفرینی معبری برای اثرات دانش است (آدرشت و کیلیباچ، ۲۰۰۸). دانش به خودی خود دارای ارزش نیست، اما استفاده درست از آن در جهت اهداف و نیازهای سازمان منجر به ایجاد ارزش افزوده خواهد شد. از این رو تلاش سازمانها در زمینه دانش باید معطوف به افزایش توان کارآفرینی آنها باشد.

مقاله‌ای با عنوان "بررسی روابط بین مدیریت دانش و عملکرد نوآوری" توسط گلویت و ترزیوسکی (۲۰۰۴) در منابع تولیدی انجام گرفت. آنان دریافتند که مدیران در شرکتهای تولیدی می‌بایست در ارتباط بین مدیریت دانش و نوآوری به فعالیتهای مدیریت منابع انسانی توجه کنند. تحقیقات آنها نشان داد که مدیریت دانش هنگامی به عملکرد نوآوری منجر می‌شود که فعالیتهای منابع انسانی و فعالیتهای تکنولوژی اطلاعات به کار گرفته شوند

تحقیقی با عنوان "تاثیر فرآیندهای خلق و بکارگیری دانش بر اثر بخشی سازمانی" توسط دوگانوا و همکاران^۲ (۲۰۱۱) در دانشگاه مونترال کانادا انجام شده است. جامعه آماری این تحقیق، بانکهای چهار کشور کانادا لبنان، سنگاپور و چین بوده است. این تحقیق بر مبنای دسته بندی نوآوری به دو نوع نوآوری از منابع داخلی و نوآوری از منابع خارجی انجام شده است و برای بیان ارتباط میان فرآیندهای مدیریت دانش و اثربخشی نوآوری

^۱ Daroch Jeney

^۲ Dugano et al

مدلی ارائه داده که در آن بین فرآیند های خلق و بکارگیری دانش و انواع نوآوری ارتباط برقرار کرده است. برای آزمایش عملی مدل، ۵۸ بانک مورد مشاهده قرار گرفتند. نتایج بدست آمده نشان داده است که بکارگیری دانش تاثیر معناداری بر اثر بخشی نوآوری داشته است اما خلق دانش تاثیر معناداری بر اثربخشی نوآوری نداشته است.

- یانگ هوی لی و همکاران^۱ (۲۰۱۲) در تحقیقی روابط بین گرایش کارآفرینانه و عملکرد و فرآیند ایجاد دانش را در بین کارآفرینان در تایوان را مورد بررسی قرار دادند. آنها برای آزمون تاثیر مستقیم و غیر مستقیم گرایش کارآفرینانه و عملکرد از Lisrel استفاده کردند. نتایج نشان داد که تاثیر مستقیم گرایش کارآفرینانه و عملکرد نسبت به زمانی که گرایش کارآفرینانه از طریق فرآیند ایجاد دانش روی عملکرد تاثیر می گذارد کمتر است. در نتیجه گرایش کارآفرینانه به طور مثبتی با عملکرد ارتباط دارد و فرآیند ایجاد دانش نقش واسطه ایی را ایفا می کند.

۴- نتیجه و جمع بندی

دانش یک قابلیت انسانی و موتور تولید کننده درآمد و به عنوان دارایی مهم و استراتژیک برای یک سازمان است. امروزه دانش به منبعی حیاتی و نوعی مزیت رقابتی برای سازمان ها تبدیل شده است و از آنجا که هر منبع نیازمند مدیریت می باشد، دانش نیز مجزای از آن نیست، یعنی نیازمند مدیریت دانش است.

کارآفرینی سازمانی زمانی صورت می گیرد که یک نوآوری در سازمان به بیرون از آن جهت یابد. به این معنی که نوآوری به وجود آمده تبدیل به یک مزیت رقابتی و یا یک جریان جدیدی برای سازمان شود که بقا و موفقیت آن را تضمین نماید. نوآوری به تنهایی قادر به رساندن سازمانها به درجه بالای توانمندی در محیط بیرون نخواهد شد مگر اینکه مواردی دیگر از جمله، ریسک پذیری و فرصت جویی با آن همراه شود. در این صورت تمامی تلاشهای سازمان برای تقویت توان نوآوری خود مسیری را پیدا می کند که منجر به ارزش آفرینی برای سازمان گردد. کارآفرینی سازمانی با ابعاد چندگانه ای که در بر می گیرد، هم می تواند به عنوان زمینه ای برای افزایش خلاقیت و نوآوری در نظر گرفته شود و هم خود یک متغیری وابسته به نوآوری است. در این مورد ذبیحی و مقدسی (۱۳۸۵) بیان می کنند که کارآفرینی سازمانی فرآیندی است که از طریق آن سازمانها متوجه فرصتها و تهدیدات می شوند و عوامل مختلف تولید را به طرز خلاقانه ای جهت ایجاد ارزش افزوده کالاها و خدمات سازماندهی می کنند. براساس این بیان، فرآیند نوآوری خود زیر فرآیندی از کارآفرینی سازمانی است. هر چه سازمان در نوآوری موفق باشد، این نوآوری می تواند سازمان را در جهت شرکت در فرصتها و خطرهای آینده متهور نماید، و هر چه سازمان در رقابت بیشتر شرکت کند، کارآفرینی سازمانی افزایش یافته است. ماهیت نوآوری باز سازی جهان بر اساس چشم انداز یا ایده آل معین است. ایجاد دانش جدید یعنی بازسازی سازمان و هر که در آن است در یک فرآیند مداوم خوداصلاحی فردی و سازمانی (نوناکا، ۱۹۹۱)

آنچه که واقعیت امروزی است، تغییر و تحول شتابان، نوآوری و رقابت در محیط سازمانها و عدم قطعیت در دنیای کنونی می باشد. در این وضعیت سازمانها به دنبال بالا بردن ظرفیت رقابت پذیری خود هستند. از این رو به دنبال مزیت رقابتی می باشند. آنچه که تحقیقات نشان می دهد، دانش آفرینی و کارآفرینی سازمانی همان چیزی است که سازمانها برای مشارکت در این محیط پرتلاطم باید به دنبال آن باشند. ما به دنبال یافتن رابطه ای میان دانش سازمانی و کارآفرینی سازمانی، با یک میانجی برخورد می کنیم، و آن نوآوری است. بطور کلی می توان گفت که مولفه های مدیریت دانش به اشکال مختلفی منجر به نوآوری سازمانی می شود. البته باید توجه کرد که در اینجا منظور از دانش، دانش مرتبط با کسب و کار اصلی سازمان است. تسهیم دانش در اشاعه فرهنگ سازمانی که کارآفرینی سازمانی را تشویق می کند نیز نقش به سزایی دارد. تحقیقات عملی زیادی رابطه میان مولفه های مدیریت دانش در سازمان و نوآوری را نشان داده اند. تسهیم دانش و نوآوری به عنوان سازوکارهای داخلی سازمانی مطرح هستند و کارآفرینی سازمانی مفهومی چند بعدی است که از درون توسط این سازوکارها تقویت می شود و در بیرون از سازمان به عنوان یک سازوکار خارجی برای حمایت از بقا و موفقیت سازمان در محیط است. کارآفرینی سازمانی الگویی مناسب برای سازمانها است و در حقیقت با نگاه سطح اکولوژیک، یک پاسخ سازمانی است به تغییر و تحول شتابان و به رقابت شدید و عدم قطعیت. برای رساندن سازمانها به سطح کارآفرینی مقوله هایی مانند مدیریت دانش و نوآوری را می شناسیم. مدیریت دانش برای استفاده از دانش افراد، خلق دانش و برای کنترل تغییرات بطور آگاهانه و عمدی. در این میان تسهیم دانش سازوکار اصلی اثر گذار بر نوآوری است. نوآوری برای کارآفرین بودن سازمان امری لازم و ضروری است. و در نهایت کارآفرین شدن سازمان به عنوان یک ارزش است که سازمانها را برای بقا و موفقیت یاری می نماید.

^۱ Yang Hoo Lee et al

۵- مراجع

- ابطاحی، سید حسین؛ صلواتی، عادل (۱۳۸۵)؛ مدیریت دانش در سازمان.، تهران، نشر پیوند نو.
- خاوند کار، جلیل؛ خاوند کار، احسان؛ متقی، افشین (۱۳۸۷)؛ سرمایه فکری. جلد اول.، تهران، مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران.
- ذبیحی، محمدرضا، مقدس، علیرضا، (۱۳۸۵)، کارآفرینی از تئوری تا عمل، مشهد، جهان فردا، نما
- عالم تبریز، اکبر؛ رجبی فرد، ایمان؛ حاجی بابا علی، علی (۱۳۸۸)؛ سرمایه فکری. جلد اول.، تهران، مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی
- مقیم، محمد، (۱۳۸۳)، عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی در سازمانهای بخش خدمات اجتماعی و فرهنگی ایران. فرهنگ مدیریت، سال دوم، شماره هفتم، صص ۲۷
- نیاز آذری، کیومرث؛ عمویی، فتانه (۱۳۸۶)؛ «عوامل موثر بر استقرار مدیریت دانش در دانشگاههای اسلامی استان مازندران». دانش و پژوهش در علوم تربیتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان (اصفهان)، شماره چهاردهم، ۱۰۶-۹۳.
- Adenfelt, M., Lagerstrom, K (۲۰۰۶). "Enabling knowledge Creation and Sharing in Transnational Projects", *International Journal of Project Management*, Vol. ۱, No. ۱, p ۱۹۲
- Brockman, Beverly K, Morgan, Robert M. (۲۰۰۳), the Role of Existing Knowledge in New Product Innovativeness and Performance, *Decision Sciences*, Volume ۳۴ Number ۲, p, ۳۹۰.
- Chen, Chung-Jen, & Jing-Wen, Huang (۲۰۰۹). "Strategic human resource practices and innovation performance the mediating role of knowledge management capacity", *Journal of Business Research*, Vol. ۶۲, pp. ۱۰۸, ۱۱۲
- Choi, Byounggu, K. Poon. Simon, G. Davis. Joseph (۲۰۰۸), "Effects of knowledge management strategy on organizational performance: A complementarity theory-based approach", *Omega*, Vol. ۳۶, p ۲۳۵
- Ginsburg, M. and Kambil, A. (۱۹۹۹), "Annotate: a Web based knowledge management support system for document collections", *۳۲nd Hawaii International Conference on System Sciences*, Maui, HI, January ۵-۸, pp. ۱-۱۰.
- Gold, AH, Malhotra, A, & Segars, AH (۲۰۰۱). "Knowledge management: an organizational capabilities perspective". *Journal Management Information System*, Vol. ۱۸, No. ۱, pp. ۱۹۳, ۱۹۵, ۲۰۵, ۲۰۷
- Grant, RM, (۱۹۹۶). "Toward a knowledge-based theory of the firm", *Strategic Management journal*, Vol. ۱۷, p. ۱۲۰
- Johannessen. Jon-Arild (۲۰۰۸). "Organizational innovation as part of knowledge management", *International Journal of Information Management*, Vol. ۲۸, p. ۴۰۵
- King, William R., chung. T.R, honey. M.N (۲۰۰۸). "Knowledge management and organizational learning", *international journal of management science, OMEGA*, Vol. ۳۶, p. ۱۶۸
- Kroeger, W.J., (۲۰۰۷). "Firm performance as a function of entrepreneurial orientation and strategic planning practices", *Doctoral dissertation, Cleveland state university*, Publication Number: ۳۲۹۵۰۳۸, p ۱۰۱
- Li, Yong, Huang, Jing-Wen, & Tsai, Ming-Tien, (۲۰۰۹). "Entrepreneurial orientation and firm performance: The role of knowledge creation process", *Industrial Marketing Management*, Vol. ۳۸, p. ۴۴۳
- Liao, Hsien. Shu, Chien Hu. Tsuei, Ta, Guang. (۲۰۰۹). "Knowledge Acquisition, Absorptive Capacity, and Innovation Capability: An Empirical Study of Taiwan's Knowledge-Intensive Industries", *World Academy of Science, Engineering and Technology*, Vol. ۵۳.
- Liao, Hsien. Shu, Chien Hu. Ta (۲۰۰۷). "Knowledge transfer and competitive advantage on environmental uncertainty: An empirical study of the Taiwan semiconductor industry", *Tec novation*, Vol. ۲۷, pp ۴۰۳, ۴۰۵

- Lin HF, & Lee GG. (۲۰۰۷). "Knowledge sharing and firm innovation capability: an empirical study". *International Journal of Manpower*, Vol. ۲۸, No. ۳/۴, p. ۱۷۴
- Nonaka I (۱۹۹۱). A dynamic theory of organizational knowledge creation. *Organizational Science*, ۵(۱),.
- Nonaka E. Takeuchi hH, (۱۹۹۵), *The Knowledge Creation Company- How Japanese Companies Create the Dynamics Of Innovation*. Oxford University Press, Oxford.