

بررسی ارتباط مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی و چگونگی ارتباط آنها در شرکت ملی گاز ایران (مطالعه موردی شرکت ملی گاز - منطقه اصفهان)

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

مهمترین رویکرد تحول اداری در صنعت گاز افزایش بهره وری، مشارکت نیروی انسانی و کارآفرینی می باشد که تحقق این تحول با برنامه ریزی، تعیین هدف و راهکار اجرایی و تغییر استراتژی های موجود فراهم می گردد. در زمینه کارآفرینی، مهمترین گام در جهت برنامه ریزی صحیح کارآفرینی سازمانی، شناخت عوامل موثر بر کارآفرینی کارکنان بوده و بایستی مطالعات و تحقیقات وسیعتری در این زمینه صورت گیرد تا بر اساس آن مدیران و مسئولین بتوانند الگویی مدون برای کارآفرینی کارکنان تدوین نمایند. هدف این پژوهش بررسی اثرگذاری فرآیندهای مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی در شرکت ملی گاز ایران منطقه اصفهان است. در این پژوهش، پس از نمونه گیری تصادفی، تعداد ۲۱۳ نفر از مدیران، روسا و کارشناسان شرکت بررسی شد. یافته های پژوهش نشان می دهد که فرآیند مدیریت دانش دارای همبستگی معنی داری با کارآفرینی سازمانی است، یافته ها نشان می دهد که تسهیم دانش به صورت مستقیم (۰.۵۱) و غیرمستقیم (۰.۳۹) و به کارگیری دانش به صورت مستقیم (۰.۶۱) بر روی فرایند کارآفرینی سازمانی اثرگذاری معناداری دارند. اما اثرگذاری مستقیم گردآوری دانش تأیید نشد. پس از رد اثرگذاری مستقیم گردآوری دانش، اثرگذاری غیرمستقیم گردآوری دانش بر کارآفرینی سازمانی با تسهیم (۰.۱۶) و به کارگیری دانش (۰.۱۳) محاسبه و تأیید شد.

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 (داور و همکاران، ۱۳۸۹). ایران نیز به عنوان کشوری در درون نظام جهانی، پس از انقلاب شاهد تغییرات وسیعی در نظام اقتصادی، آموزشی، فرهنگی و غیره بوده است. از طرفی رشد سریع جمعیت و افزایش قشر تحصیل کرده دانشگاهی به واسطه تغییراتی که در نظامهای آموزشی و تکنولوژیکی دنیا صورت گرفته و از طرف دیگر به علت اشباع شدن بازار کار بخش دولتی و کمبود منابع در این بخش، معضل بیکاری و تبعات آن از جمله؛ بالا رفتن سن ازدواج، گرایش به مصرف مواد مخدر، افزایش بزهکاری و غیره در جامعه روز به روز جایگاه بیشتری را پیدا می کند. در این میان کسانی هم هستند که همگام با تغییرات محیطی در جستجوی فرصت ها بوده تا به آن ها واکنشی مثبت نشان دهند. این دسته از افراد کارآفرینان هستند که منابع محدود جامعه را به حوزه هایی که دارای بهره وری بالاتری هستند انتقال داده و مبنای رشد و توسعه اقتصادی جامعه و همین طور اشتغال و پایین آمدن تورم را فراهم می کنند. امروزه افراد باید بپذیرند که فلسفه حیاتشان تغییر کرده است و دیگر زنده بودن به معنای رسیدن به وضعیت سوددهی مداوم نمی باشد و باید به دنبال رقابت و ابزار آن باشند، چرا که امروزه کمتر شرکتی در این عرصه به صورت سنتی و به دور از قواعد جدید بازی کسب و کار می کند و برای اینکه بتواند پا به پا رقبا باقی ماند یا شاید به سختی و با مهارت بسیار بتواند یک قدم از آنها پیشی گرفت، می بایستی به قواعد بازی کاملاً مسلط بود تا شاید روزی

^۱دکتر احمد رضا شکرچی زاده، مدیر گروه کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران ؛

ahmad_shekar2@hotmail.com ۰۹۱۳۳۲۵۸۵۳۲

بتوان خود یک قاعده جدید انگاشت. بنابراین تسلط بر فناوریها و ابزارها جدید در کسب و کار یک الزام و ضرورتی اجتناب ناپذیر تلقی شود (باقری، ۱۳۷۰). امروزه قدرت قالب و ابزار سازمان دیگر منابع مادی و فیزیکی نمی باشد بلکه سرمایه فکری و قدرت فکری و مدیریت دانش قدرت قالب و مسلط در عرصه های رقابت جهانی است (السادات نسبی، ۱۳۷۸). تغییرات سریع محیط، تشدید فضای رقابتی بین شرکت ها، رشد سریع کسب و کارهای کوچک، کوتاه شدن چرخه ی حیات محصولات و افزایش روز افزون انتظارهای جامعه نیاز به نوآوری و کارآفرینی را برای بقای سازمانها اجتناب ناپذیر کرده است (بارینگر و ایرلند، ۱۳۸۸). از این رو، در دهه های اخیر فعالیت های کارآفرینانه به درون سازمانها راه یافت و مدیران نیز به کارآفرینی به طور فزایندهای توجه کردند تا آنها بتوانند به اختراع و نوآوری و تجاری کردن محصولات و خدمات های خود بپردازند (حسن مرادی، ۱۳۸۵؛ بارینگر و ایرلند، ۱۳۸۸). اما پژوهش های گوناگون از جمله نتیجه ی پژوهش، کروجر^۱ (۲۰۰۷) نشان می دهد که ۵۶ درصد کسب و کارهای کارآفرینانه در چهار سال اول شروع فعالیتشان ورشکست می شوند. نوناکا^۲ (۱۹۹۵) بیان می کند، در شرایط کنونی که تنها اطمینان، اطمینان نکردن است، 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. (دیندارلو، ۱۳۹۰). 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. (باقری، ۱۳۷۰). دانش و تجربه افراد در کنار هم، موجب توسعه کارآفرینی می شوند. مدیریت دانش از طریق مدیریت بهتر ایده ها، افزایش توانمندی و بهره وری کارکنان و رهبری موثر دانش می تواند منجر به کارآفرینی در افراد گردد. بنابراین مدیریت دانش از طریق تزیق اطلاعات و دانش در سازمانها به کارآفرینی در فرایند تصمیم گیری، برنامه ریزی، هدف گذاری کمک می کند. (طاهری، ۱۳۷۰).

۲- ادبیات پژوهش

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 (مچلوپ، 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.

تعاریف داده، اطلاعات و دانش

داده ها؛ مواد خام، مشاهدات، اعداد و حقایق هستند که از آنها اطلاعات بدست می آید. برای مثال، داده می تواند شامل آمار، فهرست ارقام و فهرستی از اسامی و آدرس ها باشد. آکوف (۱۹۸۹)، اطلاعات را داده هایی پردازش شده که مفید می باشند تعریف کرده است. همچنین تیراف و هاکنر (۲۰۰۶)، اطلاعات را داده هایی که سازماندهی شده و مفید برای تجزیه و تحلیل و تصمیم گیری شده است، نامیده اند و در نهایت اینکه؛ محققان تعاریف زیادی را درباره مفهوم دانش به ادبیات این مفهوم اضافه کرده اند. از آن جمله می توان به تعریف تیراف و هاکنر در سال ۲۰۰۶ اشاره کرد که دانش را مهارت بدست آمده ناشی از تجربه نامیده اند. بر این اساس میتوان گفت که مدیریت دانش فرآیند گردآوری، ایجاد و استفاده از تخصص افراد سازمان و فرآیند ایجاد، انتشار، ارتقا و بکارگیری دانش در راستای اهداف، مقاصد و فعالیت های سازمان و بهره برداری از سرمایه های فکری به منظور افزایش بهره وری، ایجاد ارزش جدید و بالابردن قابلیت های رقابت پذیری است (خاوند کار و همکاران، ۱۳۸۷). مدیریت دانش بر روی خلق ارزش تأکید می کند و به معنای اداره کردن دانش موجود و تبدیل آن به دانش مفید در سازمان است و دو جزء مهم دارد؛ اداره دانش و افزایش توانایی برای خلق دانش جدید و نوآوری که منجر به اهمیت یافتن یادگیری و یادگیری زدایی می کند (نیازآذری و عمویی، ۱۳۸۶). چندین عامل بر استقرار مدیریت دانش در سازمان ها موثر است که از آن جمله میتوان به فناوری اطلاعات، فرهنگ سازمانی، یادگیری سازمانی و نیروی انسانی اشاره کرد (نیازآذری و عمویی، ۱۳۸۶). مدیریت دانش الزامات و توجهات کارکردی مهمی را در سازمان میطلبد و قطعاً در این میان

^۱ Krojer

^۲ Nonaka

توانمند سازی کارکنان سازمان که خود بخشی از سرمایه های فکری سازمان هستند، از اهمیت خارق العاده ای برخوردار است. همچنین، الزامات و توجهات کارکردی در مدیریت دانش عبارتند از: رهبری، آموزش، سازماندهی و فناوری. حداقل دو عنصر از این چهار عنصر به طور مستقیمی با توانمند سازی چهارچوب سرمایه انسانی سازمان در ارتباط هستند. این دو عنصر رهبری و آموزش هستند. در واقع رهبری بیشتر با مولفه ی مدیریت سرمایه انسانی که خود بخشی از سرمایه فکری سازمان است در ارتباط بوده و آموزش تاثیر بیشتری بر زیر مولفه ی کارکنان سازمان داراست. عناصر دیگر نیز چون سازمان دهی و فناوری نیز هر چند از تطابق بیشتری با مولفه های ساختاری (سازمانی/ رابطه ای) برخوردارند، اما در بهبود سطح دانش سرمایه انسانی و تسهیل انتقال و به اشتراک گذاری دانش کارکنان و مدیران در سطح سازمان در ارتباط هستند (خاوند کار و همکاران، ۱۳۸۷).

تعاریف کارآفرینی

واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی Entrepreneur به معنای « متعهد شدن » نشأت گرفته است (حسن مرادی، ۱۳۸۵). ریشه کارآفرین (Entrepreneurship) به مفهوم امروزی به قرن ۱۸ باز می گردد، یعنی زمانی که ریچارد کانتیلون عوامل اقتصادی را به سه دسته تقسیم کرد: مالکان زمین، عوامل اقتصادی مزد بگیر و آن دسته از عوامل اقتصادی که با قبول خطر در بازار بورس فعالیت می کنند. مفهوم سنتی کارآفرینی بر تلاش هایی تأکید دارد که طی آن یک فرد بینشی را به کسب و کاری موفق تبدیل می نماید. اما اخیراً کارآفرینی به عنوان فرایندی که توانسته است در سازمان های گوناگون بدون در نظر گرفتن نوع و اندازه رخ دهد، تعریف شده است (مقیمی، ۱۳۸۴). مفهوم سنتی کارآفرینی، عمل یکباره برای خلق کالا یا خدمات جدید و یا ایجاد یک کسب و کار جدید بود که این کار به کنار گذاشتن محصولات یا خدمات موجود و روابط بازار منجر می گردید. اما امروزه کارآفرینی به جای اینکه یک رویداد یا حادثه تلقی شود، بیشتر به صورت یک فرایند دیده می شود که ریشه در فرهنگ سازمانی دارد، و به دنبال ایجاد ارزش بوسیله منابع موجود، از طریق بهره برداری از فرصت ها است (تاجدینی، ۲۰۱۰).

بر این اساس، کار آفرینی یک مفهوم گسترده ایی است که تعاریف گوناگونی برای آن وجود دارد. در ادامه برخی از این تعاریف را بیان می کنیم. ریچارد کانتیلون^۱ (۱۷۳۰) اولین کسی بود که این واژه را در علم اقتصاد ابداع نمود و آن را اینگونه تعریف نمود: کارآفرین فردی است که ابزار تولید را به منظور ترکیب به صورت محصولاتی قابل عرضه به بازار خریداری می کند. کارآفرین در هنگام خرید از قیمت نهایی محصولات اطلاع ندارد.

جان بابتیست سی^۲ (۱۸۰۳) کار آفرین را فردی میدانند که مسئولیت تولید و توزیع فعالیت اقتصادی خود را بر عهده دارد. فرانک نایت^۳ (۱۹۲۱) کار آفرینان را کسانی می شناسد که در شرایط عدم قطعیت به اتخاذ تصمیم می پردازند و پیامدهای کامل آن تصمیمات را نیز شخصاً می پذیرند.

ژوزف شومپتر^۴ (۱۹۳۴) فرآیند کارآفرینی را "تخریب خلاق" می نامد. به عبارت دیگر ویژگی تعیین کننده در کارآفرینی همانا انجام کارهای جدید و یا ابداع روشهای نوین در امور جاری است. روش نوین همان "تخریب خلاق" می باشد. از نظر وی نوآوری در هر یک از زمینه های ارائه کالای جدید، ارائه روش جدید در فرآیند تولید، گشایش بازاری جدید، یافتن منابع جدید، ایجاد هر گونه تشکیلات جدید در صنعت کار آفرینی محسوب می شود.

طبق نظر کاسون^۵ (۱۹۸۲) کار آفرین فردی است که تخصص وی "تصمیم گیری عقلایی و منطقی در مورد ایجاد هماهنگی در منابع کمیاب" میباشد. وی "داشتن توان داوری و قضاوت" را عنصری مشترک در تمامی کار آفرینان تشخیص داده است.

از دیدگاه کارلند^۶ (۱۹۸۴) کار آفرین فردی است که شرکتی را به منظور سود و رشد تاسیس مینماید و آنرا مدیریت کرده و از آن برای پیشبرد اهداف شخصی استفاده میکند.

رابرت هیستریج^۷ (۱۳۸۵)، فرایند کارآفرینی را خلق چیزی نو می داند که توأم با صرف وقت و تلاش بسیار و پذیرش خطرات مالی، روحی و اجتماعی برای بدست آوردن منابع مالی، رضایت شخصی و استقلال است، که نتیجه این فرایند از فعالیتهای منظمی حاصل می شود که خلاقیت و نوآوری را به نیازمندیها و فرصت بازار پیوند می دهد.

در تعاریفی که از کارآفرینی ارائه شده است تفاوت های مغایر و متناقضی به چشم می خورد. وجود این تفاوتها در تعریف کارآفرینی از سویی نشان

^۱ Richard Kantilon

^۲ John Baptist si

^۳ Frank Night

^۴ Jozef Schompter

^۵ Kason

^۶ Karland

^۷ Robert Hisrich

دهنده گستردگی و اهمیت موضوع است که می‌تواند از زوایای مختلف مورد بررسی قرارگیرد و از سوی دیگر نشان دهنده پویایی موضوع است که زمینه ارائه مدلها، تئوری‌ها و نظرات متفاوتی را فراهم می‌آورد.

کارآفرینی سازمانی^۱ (شرکتی)^۲

امروزه شرکت‌ها و سازمان‌ها سعی می‌کنند خود نیز کارآفرین باشند تا بتوانند نسبت به تغییر و تحولات انعطاف داشته و فرصت‌های موجود در بازار را از دست ندهند. آنها تلاش می‌کنند کارآفرینی سازمانی را تا حد ممکن افزایش دهند تا سبب افزایش بهره‌وری، جلوگیری از خروج افراد نخبه و افزایش توانایی رقابت بین‌المللی شوند، سازمان‌های امروزی متعهد می‌شوند که محصولات جدید، فرآیندهای جدید و نظامهای سازمانی نوین ایجاد نمایند. و برای این منظور انقلاب جدیدی به سوی تسهیل، تسریع و گسترش فرآیند سازمانی دارد. این نوع کارآفرینی، فرآیندی است که سازمان طی می‌کند تا همه کارکنان بتوانند در نقش کارآفرین انجام وظیفه کنند و تمام فعالیتهای کارآفرینانه فردی و گروهی بطور مستمر، سریع و راحت در سازمان مرکزی یا شرکت تحت پوشش خود مختار به ثمر می‌رسد (صمد آقایی، ۱۳۷۸). فرای معتقد است کارآفرینی شرکتی زمانی در یک سازمان ایجاد می‌شود که بالاترین مقام اجرایی نسبت به مفهوم کارآفرینی متعهد شود و بعد از آن کل سازمان کارآفرینی را بپذیرد تا یک ساختار زنده و پویا در سازمان ایجاد شوند و همچنین بخش محصولات جدید برای رهبری تولیدات، تشکیل شده تا شرکتهای فرعی بتوانند پیشنهادهای افراد را پذیرفته و به طور مستقل بر روی آنها سرمایه‌گذاری کنند. بخشی هم در تولید منابع انسانی سعی کند، به آموزش کارکنان و مدیران مبادرت ورزد. و بالاخره اینکه توسعه فرهنگ کارآفرینی و شناسایی استعدادهای کارآفرینانه و پاداش به کارآفرینی سازمانی، از عمده کارهایی است که یک شرکت برای کارآفرین شدن باید انجام دهد (احمد پور، ۱۳۷۸). لازم به توضیح است که تفاوت کارآفرینی بین سازمانی با کارآفرینی سازمانی در نوع راهبردی است که جهت ایجاد تحول در شرکتها به کار می‌برند. در کارآفرینی بین سازمانی یک فرد سرمنشاء نوآوری و تحول و کارآفرینی سازمان می‌شود. اما در کارآفرینی سازمانی تمامی اعضاء شرکت و سازمان دارای روحیه کارآفرینی می‌باشند. این روحیه نوآور بودن، در جای جای سازمان وجود دارد. امروزه کارآفرینی سازمانی به عنوان یک راهبرد مجزا و یکی از شاخه‌های مدیریت راهبردی مطرح است که سازمان در این راهبرد، بر اهداف پویا و اشیاء ناپذیر تأکید می‌ورزد. و بر همین اساس است که کارآفرینی نه تنها در راه‌اندازی یک کسب و کار جدید، نه صرفاً در کسب و کارهای کوچک و متوسط، بلکه در کسب و کارهای بزرگ نیز زمینه ظهور خواهد داشت.

با توجه به مطالب اشاره شده در بالا و ضرورت اهمیت فعالیتهای کارآفرینانه در سازمانهای در حال فعالیت، این پژوهش در پی آن است تا کارآفرینی را در سطح سازمانی مورد توجه قرار دهد. از این رو با توجه مطالب فوق کارآفرینی سازمانی، فرآیندی است که یک شرکت طی می‌کند تا همه افراد آن به کارآفرینی تشویق شده و تمام فعالیتهای کارآفرینانه فردی و گروهی به طور مستمر، سریع و راحت در شرکت انجام پذیرد. در این فرایند هر یک از کارکنان در نقش کارآفرین انجام وظیفه می‌کنند.

از آنجایی که دیدگاه مبتنی بر دانش پیشنهاد می‌کند که فعالیتهای گردآوری دانش توانایی شرکت را به منظور ایجاد نوآوری در سازمان افزایش می‌دهد. شرکتهای توانمندتر که دانش را از درون و بیرون سازمان کسب می‌کنند، می‌توانند عدم اطمینان را کاهش دهند، فرصتهای بیش‌تری کشف کنند و به مزیت‌های فنی و فناورانه‌ی بیش‌تری دست پیدا کنند و از این رو در محصولات و خدماتهای خود نوآوری ایجادکنند و توانایی تصمیم‌گیری در شرایط بحران را در خود ارتقا دهند. در نتیجه‌ی این پژوهش، نتیجه می‌گیریم که، گردآوری دانش ارتباط زیادی با فرایند کارآفرینی سازمانی دارد. از این رو، فرضیه‌ی زیر ارائه می‌شود:

فرضیه ۱. گردآوری دانش بر کارآفرینی سازمانی اثرگذاری معناداری دارد.

تسهیم دانش نشان دهنده‌ی ترکیب جدیدی از دانش است که میتواند با ایجاد فرصت‌های مناسب، توانایی سازمان را برای شناسایی نیازها و خواسته‌های مشتریان و کارکنان به منظور بهبود فرایند و ارائه‌ی محصولات جدید افزایش دهد. از آنجایی که دانش و مهارتها در بین افراد و سطوح متفاوت سازمان و مشتریان وجود دارد اعضاء سازمانها میبایست شرایطی را به وجودآورند تا کارکنان و مشتریان، دانش و مهارت خود را تسهیم کنند. هنگامی که افراد سازمانی دانش را بین خود تسهیم می‌کنند، آنها می‌توانند یادگیری جمعی و مزایای هم‌افزایی را افزایش دهند، تا از این راه فرصت‌های محیطی را شناسایی کرده و برای ارائه‌ی محصولات و خدمات‌های جدید، ایده‌پردازی کنند و از طرف دیگر تجربیات ناشی از بحران‌های گذشته را به اشتراک گذاشته و به عبارتی از بحران‌های گذشته برای مقابله با بحران‌های آتی درس گیرند. بنابراین، براساس این پژوهش نتیجه می‌گیریم که تسهیم دانش ارتباط زیادی با فرایند کارآفرینی سازمانی دارد. از این رو، فرضیه‌ی زیر ارائه می‌شود:

فرضیه ۲. تسهیم دانش بر کارآفرینی سازمانی اثرگذاری معناداری دارد.

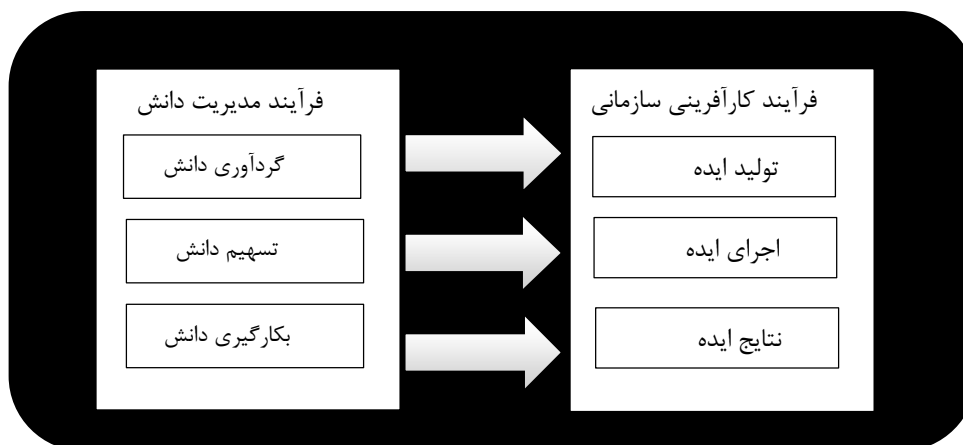
^۱ Corporate entrepreneurship

^۲ Corporative entrepreneur

به کارگیری دانش یک عنصر کلیدی در فرایند مدیریت دانش به شمار می آید. براساس دیدگاه مبتنی بر دانش، ارزش دانش فردی و سازمانی به طور عمده در به کارگیری آن نهفته است. توسعه ی فرایند جدید و نوآوری، نیازمند به کارگیری و ترکیب دانش از بخشهای گوناگون است. از طرف دیگر به کارگیری بیشتر دانش به شرکتها امکان می دهد تا به طور پیوسته مهارت های سازمانی خود را در مقابله با بحرانها ارتقا دهد تا از این راه امکان اشتباه های اشخاص کم تر شود و اثربخشی سازمانی در مقابله با بحران افزایش و دوباره کاری ها کاهش پیدا کنند. بر این اساس این پژوهش، نتیجه میگیرد که، به کارگیری دانش ارتباط تنگاتنگی با فرایند کارآفرینی سازمانی دارد. از این رو، فرضیه ی زیر ارائه میشود:

فرضیه ۳. به کارگیری دانش بر کارآفرینی سازمانی اثرگذاری معناداری دارد.

براساس آن چه مطرح شد، رابطه ی مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی را می توان به گونه ای که در شکل (۱) نمایش داده شده است، ارائه داد. ادعای الگوی ارائه شده این می باشد که فرایندهای مدیریت دانش بر روی کارآفرینی سازمانی تأثیر می گذارد.



شکل (۱): مدل مفهومی پژوهش

۳- جامعه آماری و نمونه پژوهش

با توجه به هدف پژوهش و موضوع تحقیق، جامعه آماری برای تحقیق حاضر، کلیه مدیران، روسا و کارشناسان و تکنسین های شرکت ملی گاز ایران منطقه اصفهان می باشد. لازم به ذکر است، از آنجا که سوالات تحقیق طوری طراحی شده که تنها در رده های یاد شده می توانند به آن پاسخ مناسب بدهند، لذا از توزیع پرسشنامه نزد سایر کارکنان خودداری شده است.

$$n = \frac{419 \times (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2 \times (419 - 1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5} = 201$$

از این رو تعداد ۳۰۳ پرسشنامه به صورت تصادفی بین افراد جامعه تحقیق توزیع گردید که با پی گیری های به عمل آمده تعداد ۲۴۱ عدد پرسشنامه جمع آوری گردید. پس از بررسی پرسشنامه های جمع آوری شده، تعداد ۲۸ عدد از پرسشنامه ها به دلیل ناقص بودن از محاسبات کنار گذاشته شد و در مجموع ۲۱۳ پرسشنامه مورد بررسی قرار گرفت.

۴- یافته ها

بررسی اطلاعات حاکی از آن است که از لحاظ جنسیت، ۸۸،۵٪ مرد هستند و ۱۱،۵٪ زن می باشند، از مجموع ۲۱۳ نمونه آماری، تعداد ۱۸۸ پاسخگو (۸۸،۳٪) دارای جنسیت مرد و ۲۵ پاسخگو (۱۱،۷٪) زن بوده اند. ۸۷،۸٪ از پاسخ دهندگان به سوالات پرسشنامه متاهل و ۱۲،۲٪ مجرد بوده اند. همچنین، ۴۸،۴ درصد از جامعه آماری پژوهش در بازه سنی ۳۰ تا ۳۹ سال قرار دارند و ۴۳،۲ درصد از این افراد دارای مدرک تحصیلی لیسانس هستند. بیشترین فراوانی با تعداد ۸۱ نفر ۳۸ درصد مربوط به سابقه ۱۰ تا ۱۹ سال و کمترین فراوانی با تعداد ۱۷ نفر و ۸ درصد به زیر ۵ سال تعلق دارد.

کسب دانش، خلق دانش و ذخیره دانش در برخی از مدل های مدیریت دانش هر کدام به طور مستقل به عنوان جزئی از فرآیند مدیریت دانش مطرح شده اند، اما بر مبنای الگوی مورد بحث در این تحقیق کسب دانش، خلق دانش و ذخیره دانش در غالب مولفه گردآوری دانش به عنوان

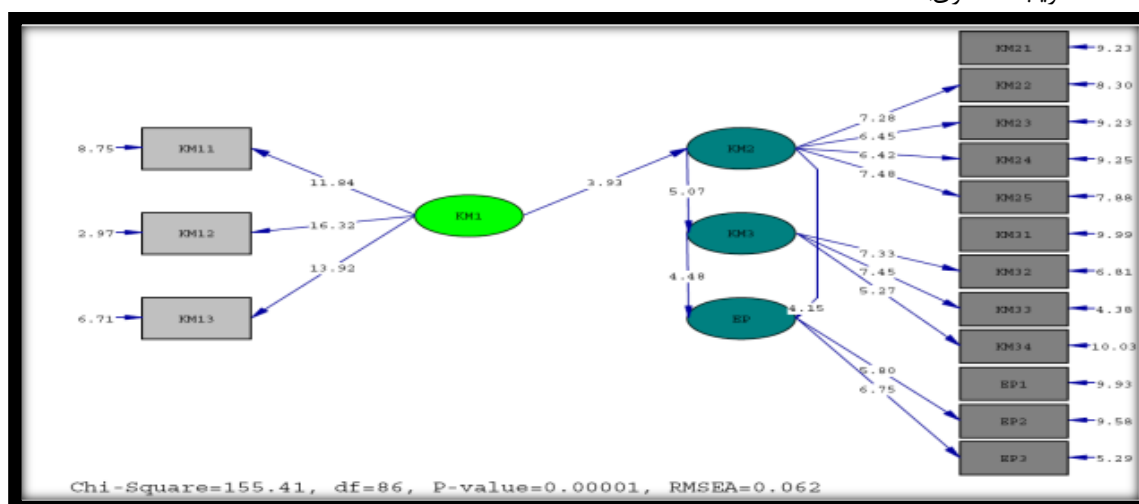
نخسین گام فرآیند مدیریت دانش مطرح گردید. لیکن تاثیر هر کدام از آنها بصورت یکپارچه در غالب شاخص گردآوری دانش بر فرآیند کارآفرینی مورد بررسی قرار گرفت. با توجه به اینکه سطح معنی داری محاسبه شده آزمون پیرسون کمتر از ۰/۰۲۵ می باشد، فرض وجود همبستگی بین گردآوری دانش و فرآیند کارآفرینی در سطح معنی داری ۹۹ درصد به تأیید می رسد. ضریب این همبستگی برای ۲۱۳ داده، ۰.۲۶۳ است. در حالی که آزمون معناداری مدل نشان می دهد که متغیر کسب دانش اثرات تبیینی مستقیم ندارد. یعنی رابطه مستقیم بین کسب دانش و فرآیند کارآفرینی سازمانی تأیید نشده است؛ چرا که مقدار T-value آن کمتر از قدر مطلق دو (۲-) بوده، که با رنگ قرمز نیز نشان داده شده است. از این رو فرضیه اول یعنی وجود تاثیر معنادار کسب دانش بر فرآیند کارآفرینی سازمانی رد می شود. بنابر این تحلیل داده های جمع آوری شده بر اساس پرسشنامه و با استفاده از آزمون روابط ساختار یافته خطی، نتیجه گیری شد که گردآوری دانش تاثیر مستقیم و معنا داری بر فرآیند کارآفرینی ندارد. لذا فرضیه اول یعنی تاثیر معنادار گردآوری دانش بر فرآیند کارآفرینی رد می شود (۰.۸۹ = ضریب معناداری).

پس از اصلاح مدل آزمون معناداری (شکل ۲) مدل اصلاح شده نشان می دهد که تمامی ضرایب بدست آمده معنادار شده اند. زیرا مقدار ضریب معناداری تک تک آنها از عدد ۲ بزرگتر و از عدد ۲- کوچکتر است. از این رو می توان گفت که کسب دانش به صورت غیر مستقیم و از دو مسیر تاثیر معنا داری بر فرآیند کارآفرینی دارد. همانطوری که در مدل T-V مشاهده می شود، متغیرهای تسهیم دانش و بکارگیری دانش نقش میانجی را در روابط بین گردآوری دانش و فرآیند کارآفرینی ایفا می کند.

تسهیم دانش به معنی انتشار و توزیع دانش گردآوری شده در درون و بیرون از سازمان می باشد، که به عنوان یکی از مراحل مهم فرآیند مدیریت دانش مطرح است و بر مبنای الگوی این تحقیق نیز به عنوان دومین فرآیند مدیریت دانش در نظر گرفته شده است. برای سنجش تاثیر این شاخص بر فرآیند کارآفرینی سوالات ۱۴ تا ۱۸ طراحی شده بود و با توجه به تحلیل داده های جمع آوری شده بر اساس پرسشنامه و با استفاده از آزمون روابط ساختار یافته خطی، نتیجه گیری شد که تسهیم دانش تاثیر مستقیم و معنا داری بر فرآیند کارآفرینی سازمانی دارد. بنابر این فرضیه دوم یعنی تاثیر معنادار تسهیم دانش بر فرآیند کارآفرینی تایید می شود (۴.۳۵ = ضریب معناداری).

از طرفی پس از اصلاح مدل خروجی نمودار (T Value) نشان می دهد که تسهیم دانش (فرضیه دوم) هم به صورت مستقیم و هم غیر مستقیم بر فرآیند کارآفرینی تاثیر می گذارد. ضریب تاثیر غیر مستقیم تسهیم دانش ۰.۳۸ می باشد.

بکارگیری دانش به معنی استفاده از دانش و تجربیات سازمان در طرح ها و پروژه های جدید می باشد. بر اساس مدل مورد بحث، بکارگیری دانش آخرین مرحله فرآیند مدیریت دانش به حساب می آید. برای سنجش تاثیر شاخص بکارگیری دانش بر فرآیند کارآفرینی، سوالات ۱۹ تا ۲۲ طراحی شده بود و با توجه به تحلیل داده های جمع آوری شده با استفاده از آزمون روابط ساختار یافته خطی، نتیجه گیری شد که بکارگیری دانش تاثیر مستقیم و معنا داری بر فرآیند کارآفرینی سازمانی دارد. بنابر این فرضیه سوم یعنی تاثیر معنادار بکارگیری دانش بر فرآیند کارآفرینی تایید می شود (۵.۳۴ = ضریب معناداری).



شکل (۲): آزمون مدل مفهومی اصلاح شده پژوهش

۵- نتیجه و جمع بندی

تحقیقات گذشته بیشتر تاثیر مدیریت دانش بر روی ایده پردازی و نوآوری را بررسی کردند و نتایج تحقیقات آنها نشان می دهد که در دنیای

مبتنی بر رقابت کنونی بقا سازمانها در گرو ایده پردازی است و تأکید می کنند که استقرار فرآیندهای مدیریت دانش در سازمانها می تواند منجر به افزایش تولید ایده در سازمان شود. اما هیچ یک از تحقیقات گذشته به صورت مستقیم نقش و تاثیر مدیریت دانش بر فرآیند کارآفرینی سازمانی یعنی فرآیند ایده پردازی، کشف فرصت و بهره برداری از فرصت را مورد بررسی قرار ندادند. تحقیق حاضر شاید اولین گام در راستای ورود محقق به این بحث باشد. این پژوهش ابتدا به صورت تئوریک و با ارائه مدل (بارینگر و ایرلند و فرهنگ و صفر زاده) بررسی می کند که کارآفرینی و نوآوری سازمانی تنها به مفهوم تولید ایده نیست بلکه فرایند متوالی تولید ایده، کشف فرصت، و بهره برداری از فرصت را در بر می گیرد. بنابراین بر اساس فرآیند کارآفرینی نمی توان پذیرفت که ایده پردازی به معنای کشف فرصت و نوآوری است. زیرا یک سازمان ممکن است با ایجاد شرایط مناسب در سازمان ایده های زیاد تولید کند اما همه ایده های تولید شده نمی توانند فرصت مناسبی برای سازمان ایجاد کنند. از این رو این موضوع ما را تشویق کرده است تا روابط بین مولفه های مدیریت دانش و کل فرآیند کارآفرینی سازمانی را به جای صرف ایده پردازی مورد توجه قرار دهیم.

این تحقیق با ارائه یک مدل تئوریک به بررسی رابطه بین مدیریت دانش و فرآیند کارآفرینی سازمانی در شرکت ملی گاز ایران منطقه اصفهان پرداخته است. همانطوری که از نتایج داده ها مشخص است، تمام مولفه های مدیریت دانش دارای تاثیر یکسانی بر فرآیند کارآفرینی نیستند. همانطوری که در فصل چهارم تشریح شد برخی از مولفه های مدیریت دانش به صورت مستقیم بر فرآیند کارآفرینی تاثیر می گذارند اما برخی دیگر بطور غیر مستقیم و با واسطه بر کارآفرینی تاثیر می گذارند. بنابراین آنچه که در این تحقیق به عنوان مولفه های مدیریت دانش معرفی گردید، یعنی گردآوری دانش، تسهیم دانش و در نهایت بکارگیری دانش به صورت یک سیستم و یا یک زنجیره پیوسته منجر به کارآفرینی می شوند. گردآوری دانش که یکی از فرآیندهای مدیریت دانش است که به فرآیند کسب، کشف و ذخیره دانش مناسب در درون و بیرون سازمان اطلاق می شود. بر اساس فرآیند گردآوری دانش، سازمان با مشتریان و کارکنان و شرکای خود در ارتباط است و دانش آشکار و پنهان آنها را گردآوری می کند و آنها را در پایگاه های اطلاعاتی سازمان نگهداری می کند. برای اینکه دانش ذخیره شده بر روی سازمان تاثیرگذار باشد باید بین شرکتها و کارکنان و مشتریان تسهیم شود. تسهیم دانش شامل ارتباط هدفمند دانش از فرستنده به دریافت کننده ی شناخته شده در درون سازمان و بیرون سازمان می باشد. دانشی که به دیگران تسهیم یا منتقل می شود، به منظور تسهیل و ایجاد نوآوری به کار گرفته می شود در واقع بکارگیری دانش به فرآیند کاربرد دانش در اجرای طرح ها و پروژه ها اطلاق می شود. سازمانها با بکارگیری دانش در سازمان، محصولات و فرآیندهای موجود را اصلاح و محصولات و فرآیندهای جدیدی را که بر طرف کننده نیاز و خواسته مشتریان است تولید می کنند. لذا هر چه سازمانها از دانش موجود در سازمان بیشتر در ارائه محصولات و فرآیندهای خود بهره بگیرند، بیشتر می توانند ایده هایی را که فرصت شناخته می شوند کشف کنند. به طور کلی نتایج این پژوهش را می توان به صورت نشان داده شده در جدول ۱ نمایش داد.

جدول ۱: مسیرهای تاثیرگذاری مولفه های مدیریت دانش بر فرآیند کارآفرینی سازمانی

مسیرهای تاثیرگذاری مولفه های مدیریت دانش بر فرآیند کارآفرینی سازمانی				
شاخص های مدیریت دانش	تاثیر مستقیم	ضریب تاثیر	مسیر تاثیر غیر مستقیم	ضریب تاثیر
گردآوری دانش	ندارد	-	مسیر اول. گردآوری دانش ← تسهیم دانش ← فرآیند کارآفرینی مسیر اول. گردآوری دانش ← تسهیم دانش ← بکارگیری دانش فرآیند کارآفرینی	۰,۱۶ ^۱ ۰,۱۳ ^۲
تسهیم دانش	دارد	۰,۵۱	مسیر اول. تسهیم دانش ← بکارگیری دانش ← فرآیند کارآفرینی	۰,۳۹ ^۳
بکارگیری دانش	دارد	۰,۶۱	ندارد	-

ضریب تاثیر غیر مستقیم گردآوری دانش:

$$۱. ۰,۱۶ = ۰,۵۱ * ۰,۳۳$$

$$۲. ۰,۱۳ = ۰,۶۱ * ۰,۳۳$$

ضریب تاثیر غیر مستقیم تسهیم دانش:

$$۳. ۰,۳۹ = ۰,۶۱ * ۰,۶۴$$

۶- مراجع

- ابطحی، سید حسین؛ صلواتی، عادل (۱۳۸۴). «مدیریت دانش در سازمان». مجله مدیریت و توسعه، شماره ۲۵، ۴۶-۲۴.
- ابطحی، 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.
- عالم تبریز، اکبر؛ رجبی فرد، ایمان؛ حاجی بابا علی، علی (۱۳۸۸). سرمایه فکری. جلد اول. تهران، مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی
- 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، ۹۳-۱۰۶.
- 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