ارائه مدل توسعه کارآفرینی بر پایه مدیریت دانش

محمود اکرامی[۱]، مهان قلمکاری[۲،*]

[۱]دانشیار، دانشگاه پیام نور، واحد تهران، گروه مدیریت، تهران، ایران

[۲] کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور، واحد تهران، گروه مدیریت، تهران، ایران (عهده‌دار مکاتبات)

تاریخ دریافت: آبان ۱۳۹۴، اصلاحیه: دی ۱۳۹۴، پذیرش: فروردین۱۳۹۵

چکیده

هدف پژوهش حاضر ارائه مدلی جهت توسعه کارآفرینی بر پایه مدیریت دانش در کارکنان شهرداری منطقه ۷ تهران می‌باشد. این پژوهش توصیفی و از نوع همبستگی است و جامعه آماری آن شامل کلیه کارکنان شهرداری منطقه ۷ (۴۲۰ نفر) است که با روش نمونه برداری طبقه ای ۲۰۱ نفر به عنوان نمونه انتخاب شده اند. ابزار پژوهش شامل پرسشنامه‌ای محقق ساخته دارای ۷۵ پرسش مربوط به مولفه‌ی کارآفرینی و ۱۲ پرسش مربوط به مولفه‌ی مدیریت دانش است. برای تعیین اعتبار پرسشنامه از آلفای کرونباخ استفاده شده است و این ضریب در مورد کارآفرینی ۹۱٪ و در مورد مدیریت دانش ۹۴٪ می‌باشد. بدین وسیله پرسشنامه از اعتبار کافی برخوردار است. بر اساس تحلیل عاملی اکتشافی کارآفرینی به عوامل سازنده: خلاقیت، استقلال، نفوذ، بیرونی بودن، تصمیم گیری، انعطاف پذیری، توفیق طلبی، یادگیری و مدیریت دانش نیز بر اساس پژوهش‌های گذشته به سه عامل خلق دانش، انتشار دانش و کاربرد دانش تقسیم شده است. نتایج همبستگی بنیادی نشان داده است که یافته‌های پژوهش به عنوان مدل بهینه کارآفرینی برپایه ابعاد مدیریت دانش و ویژگی‌های فردی کارکنان به صورت یک مدل اقتضایی معرفی می‌شود و بین کارآفرینی با سنوات خدمت و سن رابطه معناداری وجود ندارد.

کلمات کلیدی: مدیریت دانش، کارآفرینی، شهرداری منطقه ۷

۱- مقدمه

تغییرات سریع محیط، شدت گرفتن رقابت میان سازمان‌ها و افزایش انتظارهای جامعه نیاز به نوآوری و کارآفرینی را در بقای سازمان‌ها ضروری کرده است [۳].

امروزه سازمان‌هایی که دارای مزیت رقابتی پایدار هستند به موفقیت‌های بیشتری دست پیدا می‌کنند [۱۴].

چوی و همکاران در سال ۲۰۰۸ بیان می‌کنند که در دنیای رقابتی امروز دانش یک دارایی ارزشمند سازمانی به حساب می‌آید و تنها با بکارگیری دانش است که نوآوری به دست می‌آید[۱۶].

نقش با اهمیت دانش در عصر حاضر نیاز به مدیریت دانش را نشان می‌دهد. مدیریت دانش با ایجاد، توسعه و ترویج دانش و تمرکز بر دارایی‌های غیر فیزیکی سازمان(تجارب و دانش کارکنان)، شرایطی را برای بروز رفتار کارآفرینانه فراهم می‌نماید و باعث بوجود آمدن سازمان‌های کارآفرین می‌شود که مجموعه این اقدامات تاثیر مستقیمی برروی رشد و توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی سازمان دارد. در واقع می‌توان گفت: سازمان‌ها اگر بخواهند از رویکرد کارآفرینی برای نیل به اهداف خود یعنی بقاء، رشد و توسعه بهره مند شوند بایستی با مدیریت بر دانش شرایط را برای بروز رفتار کارآفرینانه و نوآوری فراهم نمایند. از این رو بهبود توانائی مدیریت دانش در کارکنان به عنوان یکی از عوامل کلیدی در اثربخشی فرآیند کارآفرینی، نیازمند توجه بیشتری است تا بتوان با شناخت درستی از این میزان، ضمن رفع مشکلات و محدودیت-ها بر توانمندی‌های آنان افزود.

در سازمان‌هایی که شرایط لازم برای رشد و توسعه کارآفرینی وجود ندارد، نیاز به استفاده از متغیرهایی که منجر به افزایش کارآفرینی گردد مشاهده می‌شود. با توجه به اینکه شواهد پژوهش‌های گذشته نشان می‌دهد مدیریت دانش متغیری است که در کارآفرینی تاثیر گذار است و عوامل مختلف سازنده کارآفرینی و مدیریت دانش هر کدام به صورت جداگانه بر یکدیگر تاثیر می‌گذارند [۲۸،۲۴،۱۹].

بنابراین پژوهش حاضر به دنبال ارائه مدلی از توسعه کارافرینی بر پایه مدیریت دانش می‌باشد. لذا به بررسی این مساله در شهرداری منطقه ۷ پرداخته شده است. این منطقه به لحاظ جغرافیایی تاثیر زیادی در مدیریت شهری دارد.

۲-بیان مساله

کارآفرینی یکی از مؤلفه‌های موثر در پیشرفت اقتصادی بوده و مدیریت دانش زیرساختی ضروری برای بسیاری از فعالیت‌ها است. تقویت

*mahan198867@yahoo.com

www.SID.ir

Archive of SID

تعاملات کارآفرینی و مدیریت دانش می‌تواند در ارتقاء کارآفرینی و همچنین گسترش مدیریت دانش بسیار موثر باشد. برخی از اهداف و فعالیت‌های مدیریت دانش، زیرساختی برای کارآفرینی است. با توجه به اینکه اکثر کارآفرینان از پشتیبانی واحدهای مطالعاتی و تحقیقاتی بی‌بهره‌اند، وجود مدیریت دانش می‌تواند این خلأ را پر کرده و به عنوان ساختاری برای پشتیبانی تصمیمات مورد استفاده قرار گیرد. از طرف دیگر خدمات مدیریت دانش می‌تواند فعالیت‌های کارآفرینی‌های متنوعی در پدید آورد. از این رو بهبود کارآفرینی و توسعه آن برمبنای مدیریت دانش امری ضروری و غیرقابل انکار است. توجه به این نکته که تاثیرگذاری هر یک از ابعاد مدیریت دانش بر ابعاد گوناگون کارآفرینی چگونه است، ضروری می‌باشد و تعیین روابط این ابعاد در توسعه کارآفرینی موثر است. از این جهت ارائه مدل توسعه کارآفرینی بر پایه مدیریت دانش ضروری است.

۳-مبانی نظری پژوهش

۳-۱ مدیریت دانش

مدل نوناکا و تاکوچی [1] در سال ۱۹۹۵ تاثیر بسیاری بر مبانی مدیریت دانش داشته است. مفهوم دانش پنهان و دانش آشکار توسط نوناکا برای طرح ریزی نظریه یادگیری سازمانی معرفی شده است. در این تقسیم‌بندی، با توجه به همگرایی بین شکل‌های پنهان و آشکار دانش، آنان مدلی را پایه‌گذاری کرده‌اند که به نام خودشان معروف شده است. این مدل بر خلاف مدل‌های پیشین، تمرکز خود را بر دو نوع دانش آشکار و نهان مبذول داشته، به نحوه تبدیل آنها به یکدیگر و نیز چگونگی ایجاد آن در تمامی سطوح فردی، گروهی و سازمانی توجه دارد. در این مدل پویا، نحوه استفاده و تبدیل این دو دانش و چگونگی مدیریت دانش در این زمینه، به صورت حرکت مارپیچی (حلزونی) فرآیندی مستمر فرض شده است [۲۶]. مدل بک من [2] در سال ۱۹۹۹ هشت مرحله زیر را برای فرآیند مدیریت دانش پیشنهاد داده است:
شناسایی: تعیین صلاحیت‌های درونی، منبع استراتژیک، قلمرو دانش. تسخیر: رسمی کردن دانش موجود. انتخاب: تعیین ارتباط دانش، ارزش و دقت دانش، رفع دانش‌های ناسازگار. ذخیره: معرفی حافظه یکی شده در مخزن دانش با انواع الگوهای دانش. پخش: توزیع دانش برای استفاده کنندگان به طور خودکار بر پایه علاقه و کار و تشریک مساعی دانش در میان گروه‌ها. بکار بردن: بازیافتن و استفاده از دانش در تصمیم‌گیری‌ها، حل مسائل، خودکار کردن و پشتیبانی کار و مددکاری شغل و آموزش. ایجاد: تولید دانش جدید در حین تحقیقات، تجربه کردن کار و فکر خلاق. تجارت: فروش و معامله، توسعه و عرضه کردن دانش جدید به بازار در قالب محصولات و خدمات[۶].

1.Nonaka&Takeuchi
2 .Beckman

مدل هیسیگ [3] در سال ۲۰۰۰ از چهار فرآیند زیر تشکیل شده است:
ایجاد دانش: این امر به توانایی یادگیری و ایجاد ارتباط برمی‌گردد. در این قابلیت، ایجاد ارتباط بین ایده‌ها و ساختن ارتباط‌های متقاطع با دیگر موضوعات، از اهمیت کلیدی برخوردار است.
ذخیره دانش: به عنوان دومین عنصر مورد نیاز مدیریت دانش است که از طریق آن، قابلیت ذخیره سازمان یافته‌ای که امکان جستجوی سریع اطلاعات، دسترسی به اطلاعات برای دیگر کارکنان و تسهیم موثر دانش فراهم می‌شود، به وجود می‌آید. در این سیستم باید، دانش‌های لازم به آسانی برای استفاده همگان ذخیره شود.
نشر دانش: این فرآیند به توسعه یک همکاری جمعی که در آن افراد به عنوان همکاران در جهت دنبال کردن اهداف مشترک، احساس پیوستگی به هم داشته و در فعالیت‌هایشان به یکدیگر وابسته‌اند، کمک می‌کند.
بکار بردن دانش: چهارمین فرآیند، از این ایده آغاز می‌شود که ایجاد دانش، بیشتر توسط کاربرد عینی دانش جدید میسر است، این عنصر، دایره فرایند مرکزی مدیریت دانش را تکمیل می‌کند[۲].

مک الروی [4] (۲۰۰۲) با همکاری دیگر اعضای کنسرسیوم بین المللی مدیریت دانش [5] در سال ۲۰۰۲ برای مدیریت دانش، چهارچوب فکری با نام دوره عمر دانش تعریف کرده که در آن، علاوه بر نظریه نوناکا و تاکوچی در سال ۱۹۹۵ بر نکته مهم دیگری نیز تاکید شده است: «دانش تنها پس از اینکه تولید شد، وجود دارد و بعد از آن می‌توان آن را مهار، کدگذاری یا تسهیم نمود». بنابراین «مک الروی» فرایند ایجاد دانش را به دو فرایند یعنی تولید دانش و پیوسته کردن دانش تقسیم می‌کند:

تولید دانش: فرایند خلق دانش سازمانی جدید است که به وسیله یادگیری گروهی، کسب دانش و اطلاعات و ارزیابی دانش انجام می‌گیرد. این فرایند مترادف یادگیری سازمانی است.
پیوسته کردن دانش: از طریق برخی فعالیت‌ها که اشاعه و تسهیم دانش را تجویز می‌کنند، انجام می‌گیرد. این عمل فعالیت‌هایی از قبیل اشاعه دانش از طریق برنامه و غیره، جستجو، تدریس، تسهیم و دیگر فعالیت‌های اجتماعی که موجب برقراری ارتباط می‌گردد را شامل می‌شود [۱۸].
کاکابادسه [6]، کاکابادسه [7] و کازمین [8] در سال ۲۰۰۳ الگوهای مدیریت دانش را به چهار گروه تقسیم می‌کنند: شامل الگوهای شبکه‌ای، شناختی، انجمنی و فلسفی. در الگوی شبکه‌ای کانون توجه بر ارتباطات، فراهم آوری، اشتراک و ارسال به شیوه‌ی تعامل افقی است. در الگوی

3 .Hicks
4 .Mark McElroy
5 .Knowledge Management Consortium International (KMCI)
6 .Kakabadse, N.K
7 .Kakabadse,A.
8 .Kouzmin,A.

www.SID.ir

شناختی دانش در حکم دارایی سازمان در نظر گرفته شده است که باید به صورت دقیق تسخیر، ارائه، ذخیره، اندازه‌گیری، حفاظت و ارائه شود. الگوی انجمنی نیز، درباره‌ی خصوصیات گروه‌های حرفه‌ای که دارای توانمندی‌هایی چون خود سازماندهی، فراگیری جاری و تعامل‌های غیر رسمی هستند به بحث می‌پردازد. الگوی فلسفی نیز بر مبنای گفتگوی دو طرفه در عرصه راهبردی، پرسش و جستجو در زمینه فعالیت بازار و فرآیندهای مرتبط با آن و شیوه مواجه رقیبان شکل گرفته است[۲].

مدل 7Cبر مبنای هفت واژه که حرف اول آن‌ها C است بنا شده است و از این رو، مدل 7C لقب گرفته است. بسط[1]:تسهیم ایده‌های خود برای کمک به دیگران. تسخیر[2]: تعیین ایده‌های بهتر و مستند نمودن آنان. ایجاد: ایجاد و تفاهم جدید با کار با همکاران، مشتریان و موسسات بیرونی. همکاری[3]: تبادل دانش در سطح عمومی. مصرف کردن[4]: استفاده از دانش جمعی برای آنچه باید انجام دهیم مبادله. ارتباط[5]: کمک به دیگران برای توجه به دانش و فایده دانش خارجی و بیرونی که ارزش فراگیری دارد. فرهنگ[6]: بسط فرهنگ تسهیم دانش در تمامی سازمان [۲۰].

مدیریت دانش را فعالیت‌هایی مانند گردآوری، تسهیم و به کارگیری دانش تعریف می‌کنند [۲۸،۲۴،۱۹].

گردآوری دانش به فرایند جست و جو، کشف و ذخیره و بازیابی دانش مناسب در درون و برون سازمان اطلاق می‌شود[۱۵].

تسهیم دانش به انتشار، تبادل و به اشتراک گذاری دانش‌های خلق شده، کسب شده و ذخیره شده در سازمان با جلسات بحث گروهی سوال و جواب از نخبگان و یا حتی ارسال یک ایمیل به اعضای سازمان تعریف می‌شود [۲۳].

دانشی که ایجاد و به دیگران تسهیم شده است به منظور ایجاد نوآوری به کار گرفته می‌شود [۲۲].

پژوهش حاضر با بهره‌گیری تقریبی از الگوی بالا مدیریت دانش را به خلق دانش، انتشار دانش و کاربرد دانش تقسیم کرده است و به بررسی رابطه این عناصر با عوامل کارآفرینی پرداخته است.

۳-۲ *کارآفرینی*

کارآفرینی، مفهومی است که همواره با بشر بوده و به عنوان یک پدیده نوین نقش مؤثری را در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها یافته است، به‌طوری که در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار امروزه، دارای نقش کلیدی است، از این‌رو تضمین حیات و بقاء کشورها کارآفرینی می‌باشد. افراد کارآفرین به عنوان سرمایه‌های عظیم انسانی منشأ و موجد تأثیرات حیاتی در روند پیشرفت جامعه و توسعه کشور مؤثرند. کارآفرینی مفهومی عینی و عملی است که همزمان با آغاز زندگی انسان بر روی زمین و تلاش برای کسب درآمد پا به عرصه وجود گذاشته است[۷].

ریچارد کانتیلون[7] در سال ۱۷۳۰ اولین فردی بودکه این واژه را در علم اقتصاد ابداع نمود و آن را این چنین تعریف نمود: «کارآفرین فردی است که ابزار تولید را به منظورترکیب به صورت محصولاتی قابل عرضه به بازار خریداری می‌کند. وی عمده فروشان را بعنوان اصلی‌ترین گروه کارآفرینان محسوب می‌نمود[۱۰].

فرانک نایت[8] در سال ۱۹۲۰ «کارآفرینان را کسانی می‌داند که در شرایط عدم قطعیت[9] به اتخاذ تصمیم می‌پردازند و پیامدهای کامل آن تصمیمات را نیز شخصاً می‌پذیرند.»

ژوزف شومپیتر[10] در سال ۱۹۳۴ می‌گوید کارآفرین نیروی محرکه و موتور توسعه اقتصادی می‌باشد. وی مشخصه کارآفرین را نوآوری می‌داند و فرایند کارآفرینی را «تخریب خلاق»[11]می‌نامد[۱].

مک کله لند[12] در سال ۱۹۶۳ معتقد است کارآفرینان نیاز به توفیق بالایی دارند و این نیاز سبب می‌شود تا آنها موقعیت‌های کارآفرینانه را انتخاب کنند. افرادی که نیاز به توفیق بسیار زیادی دارند؛ دارای ویژگی‌های ذیل می‌باشند: مسئولیت شخصی برای تصمیم‌گیری را ترجیح می‌دهند، به‌عنوان تابعی از مهارت‌ها؛ ریسک‌پذیری متوسطی دارند، به نتایج تصمیمات خود علاقمند بوده و به بازخورد فعالیت‌های خود حساس می‌باشند. وی نظریه نیاز به موفقیت را برای اولین بار در مباحث اجتماعی مطرح کرد و معتقد بود جوامعی که دارای نیاز به موفقیت پایین هستند، نرخ سرمایه‌گذاری، خطرپذیری در آنها پایین است و به تبع آن توسعه نیافته هستند و در جوامعی که نیاز به موفقیت بالا است، نرخ سرمایه‌گذاری و خطرپذیری نیز بالاست. در این جوامع، افرادی پیدا می‌شوند که کسب و کار جدیدی راه‌اندازی می‌کنند، شرکت یا واحد اقتصادی را سازماندهی می‌کنند و ظرفیت تولیدی و بهره‌وری آن را افزایش و بهبود می‌بخشند. مک کله‌لند چنین افرادی را کارآفرین می‌نامد [۲۵].

از دیدگاه کاسون[13]در سال ۱۹۸۲ کارآفرین فردی است که تخصص وی تصمیم‌گیری عقلایی و منطقی در خصوص ایجاد هماهنگی در منابع کمیاب می‌باشد. وی داشتن « توان داوری و قضاوت» را عنصری مشترک در تمامی کارآفرینان تشخیص داد.

از دیدگاه کارلند[14]در سال ۱۹۸۴ کارآفرین فردی است که شرکتی را به منظور سود و رشد تأسیس و مدیریت می‌نماید و از آن برای پیشبرد اهداف شخصی استفاده می‌کند. کارلند و همکارانش اهم ویژگی‌هایی را که در مورد کارآفرینان مورد بررسی واقع و تأیید شده بودند، جمع‌آوری

1 .Contribute
2 .Capture
3 .Collaborate
4 .Consume
5 .Communicate
6 .Culture

7 .Richard Cantillon
8 .Frank Knight
9 .uncertainty
10 .Joseph Schumpeter
11 .Creative Destruction
12 .Mc Clelland
13 .Casson
14 .Carland

www.SID.ir

نمودند که اهم آنها عبارتند از:۱- نیاز به توفیق؛ ۲- تمایل به مخاطره پذیری؛ ۳- نیاز به استقلال؛ ۴- کارآفرینان دارای مرکز کنترل درونی هستند؛ ۵- خلاقیت.

ویکهام در سال ۲۰۰۰ کارآفرین موفق را دارای خصوصیات و ویژگی‌های میداند از جمله: سخت کوش، پیشگام، هدف‌گذاری شخصی، متهور و انعطاف پذیر، قابل اعتماد، پذیرای ایده‌های جدید، تشخیص دهنده و دارای مهارت‌های ارتباطی خوب، به دنبال اطلاعات، مشتاق یادگیری، هماهنگ کننده فرصت‌ها، پذیرش تغییر، تعهد به دیگران، آسایش همراه قدرت[۲۹].

کلارک (۲۰۱۱) در مورد مزایا و معایب کارآفرینی که ویژگی‌های کارافرین را شامل می‌شود چنین بیان کرده است. مزایای کارآفرینی عبارتند از: شور و هیجان، حقوق بالقوه، انعطاف و استقلال.

معایب کارآفرینی عبارتند از: نداشتن حقوق منظم (قانونمند)، برنامه کاری، اداره[۱۷].

ماکس وبر جامعه‌شناس بزرگ آلمانی در تشریح تبیین چگونگی شکل‌گیری تمدن نوین صنعتی و سرمایه‌داری در مغرب زمین به مفهومی اشاره می‌کند که این مفهوم به زبان امروزی، همان فرهنگ کارآفرینی است و بر توسعه فرهنگ کارآفرینی را متأثر از چهار عامل تشویق به کار برای سعادت، خطرپذیری برای تغییر سرنوشت، برنامه‌ریزی برای آینده و صرفه‌جویی می‌داند[۲۱].

به علت تعاریف متعدد و عوامل مختلف شناسایی شده در نظریات گذشته پژوهش حاضر با استفاده از تحلیل عاملی هشت مولفه‌ی سازنده را برای کارآفرین شناسایی نموده و براساس گفته‌های نظریه پردازان و اساتید فن نام گذاری نموده است.

۴-پیشینه تحقیق

بودلایی در سال ۱۳۸۸ در پایان نامه‌ی خود با عنوان"ارتباط عوامل سازمانی مدیریت دانش با کارآفرینی سازمانی" بیان می‌کند مدیریت دانش با ایجاد، توسعه و ترویج دانش و تمرکز بر دارایی‌های غیر فیزیکی سازمان(تجارب و دانش کارکنان)، شرایطی را برای بروز رفتار کارآفرینانه فراهم می‌نماید و باعث بوجود آمدن سازمان‌های کارآفرین می‌شود که مجموعه این اقدامات تاثیر مستقیمی بر روی رشد و توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی سازمان دارد. در واقع می‌توان گفت: سازمان‌ها اگر بخواهند از رویکرد کارآفرینی برای نیل به اهداف خود یعنی بقاء، رشد و توسعه بهره مند شوند بایستی با مدیریت بر دانش شرایط را برای بروز رفتار کارآفرینانه فراهم نمایند. هدف پژوهش حاضر تعیین رابطه بین عوامل سازمانی مدیریت دانش با کارآفرینی سازمانی در شرکت ایران خودرو می‌باشد. تا بدین وسیله سازمان مذکور با استقرار عوامل سازمانی مدیریت دانش و از مجرای کارآفرینی سازمانی، مزیت رقابتی خویش را ارتقا بخشد. یافته‌های پژوهش حاضر موید رابطه مثبت و معنادار بین دو متغیر عوامل سازمانی مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی در ایران خودرو می‌باشد. به عبارت دیگر مدیریت دانش در سازمان می‌تواند به عنوان بستر ظهور کارآفرینی سازمانی تلقی گردد[۴].

ساداتی ولویی در سال ۱۳۸۹ در پایان نامه‌ی خود با عنوان"بررسی تأثیر فرآیند مدیریت دانش بر فرآیند کارآفرینی سازمانی در کسب و کارهای کوچک و متوسط شهرک‌های صنعتی شرق مازندران" تأثیر فرآیندهای مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی مورد بررسی قرار داده است تا از این رهیافت جایگاه کارآفرینی در طراحی الگوی مدیریت دانش برای سازمان‌هایی که قصد ورود به این حوزه را دارند، مشخص شود. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که تسهیم دانش به صورت مستقیم (۰/۴۶) و غیرمستقیم (۰/۳۸) و به کارگیری دانش به صورت مستقیم (۰/۵۹) بر روی فر ایند کارآفرینی سازمانی اثرگذاری معناداری دارند. اما اثرگذاری مستقیم گردآوری دانش تأیید نشد. از سوی دیگر، اثرگذاری غیرمستقیم گردآوری دانش بر کارآفرینی سازمانی با تسهیم (۰/۱۵) و به کارگیری دانش (۰/۱۲) تایید شد[۸].

ناظم در شال ۱۳۸۹در مقاله ای تحت عنوان" بررسی رابطه بین مدیریت دانش و سلامت سازمانی با کارآفرینی کارکنان در سازمان تامین اجتماعی" به بررسی رابطه بین مدیریت دانش و سلامت سازمانی با کارآفرینی کارکنان در سازمان تامین اجتماعی تهران می‌پردازد. این پژوهش از نوع کاربردی، توصیفی - همبستگی است و جامعه آماری مورد بررسی این تحقیق شامل ۱۲۰۰ نفر از کارکنان ستادی اداره کل سازمان تامین اجتماعی تهران بود که با روش نمونه گیری تصادفی ساده، تعداد ۳۲۰ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. ابزار پژوهش شامل یک پرسشنامه استاندارد شده بود که برگرفته از مولفه‌های مدیریت دانش، سلامت سازمانی و کارآفرینی سازمانی است. نتایج ضریب همبستگی پیرسون، رگرسیون چند متغیره، تحلیل واریانس یکطرفه و آزمون پیگردی LSD نشان داد که: بین متغیر مدیریت دانش و کارآفرینی کارکنان رابطه معنی‌داری وجود دارد، بین سلامت سازمانی و کارآفرینی کارکنان رابطه معنی‌داری وجود دارد، متغیرهای مدیریت دانش و سلامت سازمانی به صورت مشترک، حدود ۵۸ درصد از تغییرات متغیر میزان کارآفرینی کارکنان را تبین نموده‌اند و بین میزان کارآفرینی کارکنان بر اساس سطح تحصیلات و سنوات خدمت تفاوت معنی‌داری وجود دارد[۱۳].

صبوری در پایان نامه‌ی خود با عنوان" بررسی ارتباط میان عوامل سازمانی مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: شرکت صنایع شیر تهران – شهداد)" مشخص کرده است بین دو متغیر عوامل سازمانی مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی در شرکت شهداد رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارتی دیگر با افزایش و کاهش میزان اسقرار عوامل سازمانی مدیریت دانش میزان کارآفرینی سازمانی نیز افزایش یا کاهش می‌یابد. در پایان با توجه به نتایج حاصله پیشنهاداتی برای استقرار و تقویت سیستم مدیریت دانش سازمان ارائه گردیده است[۹].

مدهوشی در سال ۱۳۹۰ در مقاله ای با عنوان بررسی اثرگذاری مدیریت

Archive of SID

www.SID.ir

دانش بر کارآفرینی سازمانی به بررسی این موضوع در کسب وکارهای کوچک و متوسط مازندران پرداخت. نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که تسهیم دانش به صورت مستقیم(۰/۴۶) و غیر مستقیم (۰/۳۸) و به کارگیری دانش به صورت مستقیم(۰/۵۹) بر روی فرایند کارآفرینی سازمانی اثرگذاری معناداری دارد. اما اثرگذاری مستقیم گردآوری دانش تایید نشد. از سوی دیگر، اثرگذاری غیر مستقیم گردآوری دانش بر کارآفرینی سازمانی با تسهیم (۰/۱۵) و به کارگیری دانش (۰/۱۲) تایید شد[۱۲].

عسکری پور گلویک در سال ۱۳۹۱ در پژوهشی با عنوان "بررسی ارتباط مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های کارآفرین" از بین شاخص‌های متعدد مدیریت دانش، چهارشاخص اشتراک و تسهیم دانش، خلاقیت سازمانی، یادگیری سازمانی و مدیریت منابع انسانی را به عنوان متغیرهای مستقل تحقیق انتخاب نموده و تاثیر آن‌ها را بر افزایش کارآفرینی سازمانی به عنوان متغیروابسته تحقیق مورد بررسی قرار دادیم. پس از تعیین و تایید متغیرهای مستقل و وابسته توسط خبرگان و کارشناسان، پرسشنامه تلفیقی تهیه شده و بر اساس فرمول کوکران بین ۱۱۱ نفر از مدیران و کارکنان در سازمان‌های کارآفرین استان سیستان و بلوچستان به عنوان نمونه آماری و به روش تصادفی توزیع و جمع‌آوری گردید. با انجام تحلیل آماری بر روی داده‌های جمع‌آوری شده، مشخص گردید که تمامی شاخص‌های فوق تاثیر مثبتی بر کارآفرینی سازمانی دارند. نتایج نشان می‌دهد که با اتخاذ سیاست‌های درست و قراردادن افراد با مدارک تحصیلی مرتبط با شغل در جایگاه مناسب و همچنین با ایجاد اعتماد سازمانی، تقویت روحیه افراد و به کارگیری فناوری اطلاعات به روز و کارآمد می‌توان سازمان را در جهت کارآفرین شدن هدایت کرد[۱۱].

رنکو در سال ۲۰۰۱ در پژوهش خود بیان کرد که در توسعه محصول و فرایند جدید و نوآوری، به کارگیری و ترکیب دانش از بخش‌های گوناگون نقش دارد. [۳۰].

سارین در سال ۲۰۰۳ در پژوهش خود عنوان می‌کند که سازمان‌های توانمندتر که دانش را از درون و بیرون سازمان کسب می‌کنند، می‌توانند عدم اطمینان را کاهش دهند، فرصت‌های بیشتری کسب کنند و به مزیت‌های فنی و فناورانه‌ی بیشتری دست پیدا کنند و از این رو در محصولات و خدمات خود نوآوری و ایجاد کنند [۲۷].

کینگ در سال ۲۰۰۸ در پژوهش خود برای جهت تعیین رابطه مدیریت دانش و کارآفرینی نشان داد که هنگامی که افراد سازمانی دانش را بین خود تسهیم می‌کنند، آن‌ها می‌توانند یادگیری جمعی و مزایای هم افزایی را افزایش دهند، تنها از این راه فرصت‌های محیطی را شناسایی کرده و برای محصولات و خدمات جدید، ایده پردازی کنند[۲۲].

لیاو درسال ۲۰۰۹ بر اساس دیدگاه مبتنی بر دانش خد پیشنهاد می‌کند که فعالیت‌های گردآوری دانش توانایی شرکت را به منظور نوآوری افزایش می‌دهند (لیاو).

۵-روش شناسی

در مطالعات علوم انسانی بیشتر خصیصه‌ها به گونه دقیق و روشن تعریف نشده است. همپوشی و تداخل متغیرها توصیف و شناخت ویژگی‌های افراد را دشوار میسازد.بدین معنا که نمره‌هایی که با استفاده از ابزار سنجش برای فرد به دست می‌آید معرف خصیصه متمایز و روشنی نیست.برای یافتن سازه‌ای که میزان همپوشی بین آنها کمتر باشد روشهای متعدد و متنوعی وجود دارد یکی از این روش‌ها، روش تحلیل عاملی[1] است.

مساله اساسی تعیین این مطلب است که آیا تعداد زیادی متغیر اصلی را می‌توان به مجموعه کوچکتری از متغیرها، با کمترین میزان ریزش اطلاعات تبدیل کرد؟ بنا بر آنچه گفته شد، تحلیل عاملی تکنیکی است که کاهش تعداد زیادی از متغیرهای وابسته به هم را به صورت تعداد کوچکتری از ابعاد پنهان یا مکنون (عامل‌ها) امکان‌پذیر می‌سازد، بطوریکه در آن کمترین میزان گم شدن اطلاعات وجود داشته باشد این روش به بررسی همبستگی درونی تعداد زیادی از متغیرها می‌پردازد و در نهایت آنها را در قالب عامل‌های عمومی محدودی دسته‌بندی و تبیین می‌کند. بنابراین ارزش تحلیل عاملی این است که طرح سازمانی مفیدی به دست می‌دهد که می‌توان آن را برای تفسیر انبوهی از رفتار با بیشترین صرفه جویی در سازه‌های تبیین کننده، به کار برد.

هدف تحلیل عاملی استخراج تعداد محدودی عامل از بین تعداد زیادی متغیرهای همپوش به صورتی است که: بین همه‌ی متغیرها مشترک باشد، جانشین تعداد زیادی متغیر باشد، این عوامل با یکدیگر همبستگی و تداخل نداشته باشد و سازه‌ای روشن و با معنا تبیین کند [۵].

برای تعیین عوامل سازنده کارآفرینی از تحلیل عاملی استفاده شده است. برای پاسخ به پرسش پژوهش (ارائه مدل توسعه کارآفرینی بر پایه مدیریت دانش) از مدل همبستگی بنیادی استفاده می‌شود.

هدف کلی، تبیین هرچه بیشتر مجموعه متغیرهای کارآفرینی از روی متغیرهای مدیریت دانش و ویژگی‌های فردی (سن و تجربه خدمتی) تا حد ممکن است. فرضیه تحقیق این است که متغیرهای مدیریت دانش و ویژگی‌های فردی (سن و تجربه خدمتی) بر متغیرهای کارآفرینی اثر دارد و آنها را تبیین می‌نماید. فرضیه‌های مذکور عبارتند از:

سن در خلاقیت تاثیر دارد. تجربه خدمتی در خلاقیت تاثیر دارد. خلق دانش در خلاقیت تاثیر دارد. انتشار دانش در خلاقیت تاثیر دارد. خلق دانش در خلاقیت تاثیر دارد.

سن در استقلال تاثیر دارد. تجربه خدمتی در استقلال تاثیر دارد. خلق دانش در استقلال تاثیر دارد. انتشار دانش در استقلال تاثیر دارد. خلق دانش در استقلال تاثیر دارد.

سن در نفوذ تاثیر دارد. تجربه خدمتی در نفوذ تاثیر دارد. خلق دانش در نفوذ تاثیر دارد. انتشار دانش در نفوذ تاثیر دارد. خلق دانش در نفوذ تاثیر دارد.

1 .Factor Analysis

www.SID.ir

سن در بیرونی بودن تاثیر دارد. تجربه خدمتی در بیرونی بودن تاثیر دارد. خلق دانش در بیرونی بودن تاثیر دارد. انتشار دانش در بیرونی بودن تاثیر دارد. خلق دانش در بیرونی بودن تاثیر دارد.
سن در تصمیم‌گیری تاثیر دارد. تجربه خدمتی در تصمیم گیری تاثیر دارد. خلق دانش در تصمیم گیری تاثیر دارد. انتشار دانش در تصمیم‌گیری تاثیر دارد. خلق دانش در تصمیم‌گیری تاثیر دارد.
سن در انعطاف پذیری تاثیر دارد. تجربه خدمتی در انعطاف پذیری تاثیر دارد. خلق دانش در انعطاف پذیری تاثیر دارد. انتشار دانش در انعطاف پذیری تاثیر دارد. خلق دانش در انعطاف پذیری تاثیر دارد.
سن در توفیق طلبی تاثیر دارد. تجربه خدمتی در توفیق طلبی تاثیر دارد. خلق دانش در توفیق طلبی تاثیر دارد. انتشار دانش در توفیق طلبی تاثیر دارد. خلق دانش در توفیق طلبی تاثیر دارد.
تحلیل همبستگی بنیادی به عنوان درونداد اساسی خود با دو مجموعه متغیر، که به هریک ازآنها می‌توان یک معنای نظری داد سروکار دارد. استراتژی اساسی آن عبارت است ازاستنتاج یک ترکیب خطی از مجموعه‌هایی از متغیرها به گونه ای که همبستگی بین دو ترکیب خطی بیشینه شود. تحلیل همبستگی بنیادی تولید ترکیب‌های خطی از روی متغیرهای اصلی را نه با هدف تبیین هرچه بیشتر واریانس در یک مجموعه از متغیرها، بلکه با هدف تبیین بیشینه مقدار رابطه بین دو مجموعه از متغیرها انجام می‌دهد.

۶-جامعه آماری، نمونه و روش انتخاب نمونه

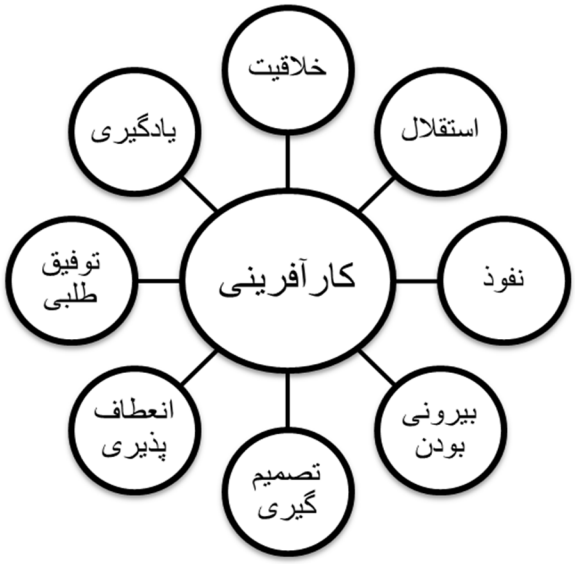
با توجه به ماهیت تحقیق، جامعه آماری شامل تمامی کارکنان اعم از مدیران، کارشناسان ارشد و کارشناسان در شهرداری منطقه ۷ تهران بزرگ می‌باشد که تعداد آنها ۴۲۰ نفر است. در این تحقیق با توجه به ساختار جامعه و مشخص نبودن واریانس جامعه و احتمال موفقیت یا عدم موفقیت متغیر نمی‌توان از فرمول‌های آماری برای برآورد حجم نمونه استفاده کرد و از جدول مورگان استفاده شده است. این جدول حداکثر تعداد نمونه را می‌دهد. با این تعداد جامعه آماری طبق جدول مورگان ۲۰۱ نفر به عنوان نمونه انتخاب شده‌اند. برای این که نمونه آماری معرف جامعه باشد از نمونه برداری طبقه‌ای استفاده شده است. در نمونه برداری طبقه ای با توجه به حجم هر طبقه نمونه‌برداری صورت می‌گیرد. در این روش حجم هر طبقه در ۱۰۰ ضرب شده و بر حجم جامعه تقسیم می‌گردد تا درصد حجم نمونه به دست آید.پس از آن درصد حجم نمونه در تعداد حجم نمونه ضرب می‌شود و بر ۱۰۰ تقسم می‌شود تا حجم نمونه در هر طبقه به دست آید. جدول ۱ نشان دهنده حجم نمونه در هرطبقه می‌باشد.

جدول (۱): حجم نمونه بر اساس طبقات

طبقه	حجم جامعه	حجم نمونه
کارشناس	۳۱۸	۱۵۰
کارشناس ارشد	۶۹	۳۳
مدیر	۳۸	۱۸
کل	۴۲۰	۲۰۱

۷-ابزار پژوهش

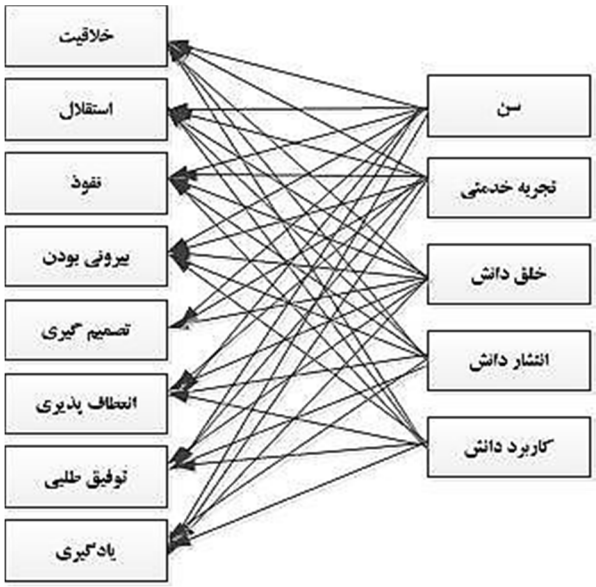
در پژوهش جهت پاسخ به پرسش پژوهش و ارائه مدلی جهت توسعه کارآفرینی بر پایه مدیریت دانش از پرسشنامه‌ای محقق ساخته برای سنجش کارآفرینی و مدیریت دانش استفاده گردید. پرسشنامه شامل ۸۷ گویه است ۷۵ سوال شاخص‌های سنجش کارآفرینی (آلفای کرونباخ= α = ۹۱۷۱/۰) و۱۲ سوال شاخص‌های سنجش مدیریت دانش (آلفای کرونباخ α = ۹۴۴۸/۰) می‌باشد و هر گویه گویای ویژگی‌هایی است که با یک عامل خاص از کارآفرینی و مدیریت دانش ارتباط دارد. گویه‌های مربوط به کارآفرینی توسط روش تحلیل عاملی و نظر صاحبنظران هر کدام از عرصه‌ها در ۸ گروه کلی تعیین شده است، عامل‌های کارآفرینی: خلاقیت، استقلال، نفوذ، بیرونی بودن، تصمیم گیری، انعطاف‌پذیری، توفیق طلبی، یادگیری و مدیریت دانش نیز بر اساس پژوهش‌های گذشته به سه عامل خلق دانش، انتشار دانش و کاربرد دانش تقسیم شده است.



شکل(۱): مدل کارآفرینی پژوهش

مدل مفهومی پژوهش بر اساس عامل‌های ویژگی فردی و مدیریت دانش در شکل ۲ نشان داده شده است.

www.SID.ir



شکل (۲): مدل مفهومی پژوهش

۸-یافته‌ها

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که ۵۱.۲۴٪ از افراد جامعه مورد مطالعه مرد و ۴۸.۷۶٪ زن هستند. ۷۴.۶۲٪ از افراد دارای پست سازمانی کارشناس، ۱۶.۴۱٪ دارای پست سازمانی کارشناس ارشد و ۸.۹۵٪ دارای پست سازمانی مدیر می‌باشند. ۷۵.۱۲٪ از افراد جامعه مورد مطالعه دارای تحصیلات کارشناسی و کمتر، ۲۳.۳۸٪ دارای تحصلات کارشناسی ارشد و ۱.۴۹٪ دارای تحصیلات دکترا می‌باشند. میانگین سنی در جامعه مورد مطالعه ۳۴.۸۰ و میانگین سنوات خدمت ۱۰.۳۵ سال می‌باشد.

۹-تجزیه و تحلیل داده‌ها

در نتیجه محاسبات همبستگی بنیادی (با استفاده ازبسته نرم افزاری SAS) معمولا دو نوع اطلاعات به گونه خودکاربه دست می‌آید:

۱) جدول خلاصه‌ای از تحلیل همبستگی بنیادی، ۲) دو ماتریس متغیر بنیادی. خلاصه‌ای از تحلیل همبستگی بنیادی در جدول ۲ نشان داده می‌شود.

جدول (۲): آزمون معناداربودن رتبه‌های متوالی

ردیف	مقدارویژه λ	ضریب همبستگی بنیادی R_c	مجذورهمبستگی بنیادی R_c^2	مقدار F	درجه آزادی df	سطح معناداری
۱	۰/۳۰۲۷	۰/۴۸۲۰۱۵	۰/۲۳۲۳۳۹	۳/۱۸	۵×۸=۴۰	۰/۰۰۰۱
۲	۰/۲۰۶۹	۰/۴۱۴۰۵۶	۰/۱۷۱۴۴۳	۲/۵۹	۴×۷=۲۸	۰/۰۰۰۱
۳	۰/۰۸۶۸	۰/۲۸۲۵۴۴	۰/۰۷۹۸۳۱	۱/۹۳	۳×۶=۱۸	۰/۰۱۲۳
۴	۰/۰۵۹۵	۰/۲۳۶۹۱۹	۰/۰۵۶۱۳۱	۱/۸۴	۲×۵=۱۰	۰/۰۵۳۰
۵	۰/۰۳۷۳	۰/۱۸۹۵۸۴	۰/۰۳۵۹۴۲	۱/۷۸	۱×۴=۴	۰/۱۳۴۴

چنانکه درجدول ۲ مشخص شده است مقدار F متناظر بـا λ1 =۰/۳۰۲۷ برابـر ۳/۱۸ اسـت کـه بـرای ۴۰=۸×۵ درجـه آزادی در سـطح کمتـر از ۰/۰۰۰۱ از لحـاظ آمـاری معنـادار اسـت. مقـدار F بـا λ2 =۰/۲۰۶۹ نیزبرابر۲/۵۹ است و برای درجـه آزادی ۲۸= (۱-۸)(۱-۵) درسـطح کـم تراز۰/۰۰۰۱ از لحاظ آماری معنادار است. مقدار F متناظر بـا ۰/۰۸۶۸= λ3 برابر ۱/۹۳ کـه بـرای درجـه آزادی ۱۸=(۱-۷)(۱-۴) نیـز در سـطح ۰/۰۱۲۳ از لحاظ آماری معنادار است، اما مقدار F متنـاظر بـا λ4 و λ5 معنادار نیست.

بر پایه این جدول خلاصه، دو ماتریس ازضرایب استاندارد شده متغیرهای بنیادی به دست می‌آید (برای هریک از دو مجموعه کـه در تحلیـل وارد شده است یک ماتریس).

این مقادیراطلاعات دقیقی درباره ترکیب زوج‌های متناظر بـا متغیرهـای بنیادی که همبستگی‌های بنیادی جدول ۲ را تولید می‌کنـد، بـه دسـت می‌دهد و در جدول ۳ نمایش داده شده است.

جدول (۳): ضرایب وزنی بنیادی استاندارد شده بین متغیرهای مستقل(var) و وابسته(with)

متغیرمستقل	نماد	V1	V2	V3	V4	V5
سن	age	-۰/۱۳۴۴	۰/۹۷۱۱	-۰/۹۳۷۰	۰/۹۵۷۱	۰/۸۶۹۸
تجربه خدمتی	work	۰/۳۷۷۷	-۰/۰۱۰۶	۱/۱۶۵۱	-۰/۸۶۹۷	
خلق دانش	M1	۰/۸۵۴۴	۰/۰۱۵۲	-۱/۳۷۹۴	-۰/۹۱۰۰	

www.SID.ir

انتشاردانش	M2	۰/۰۷۵۹	-۰/۲۵۵۱	۰/۳۶۵۵	۱/۶۰۰۱	-۰/۷۵۳۴
کاربرد دانش	M3	۰/۰۷۵۸	۰/۱۰۶۸	۱/۱۶۳۴	-۰/۴۲۵۸	۱/۲۶۳۳
متغیر وابسته	نماد	W1	W 2	W 3	W 4	W 5
خلاقیت	F1	-۰/۱۲۲۷	-۰/۰۷۳۵	۰/۵۱۵۸	-۰/۶۰۵۱	۰/۴۱۸۷
استقلال	F2	-۰/۰۶۵۲	۰/۵۶۷۱	-۰/۲۸۶۰	۰/۲۶۶۹	۰/۶۵۷۹
نفوذ	F3	۰/۳۷۶۲	-۰/۰۷۲۷	-۰/۵۲۷۳	-۰/۰۰۴۲	۰/۱۹۴۹
بیرونی بودن	F4	۰/۴۹۲۷	-۰/۰۱۱۳	۰/۵۷۱۳	-۰/۴۳۰۵	۰/۱۶۶۸
تصمیم‌گیری	F5	۰/۶۶۲۸	-۰/۲۷۵۵	-۰/۲۸۹۰	۰/۶۵۰۶	-۰/۱۹۴۹
انعطاف‌پذیری	F6	۰/۱۶۸۳	۰/۴۵۰۰	۰/۳۹۵۸	۰/۱۸۵۳	-۰/۷۴۱۹
توفیق طلبی	F7	-۰/۲۹۵۹	-۰/۷۸۴۳	۰/۰۰۷۲	-۰/۱۳۷۸	-۰/۰۷۷۰
یادگیری	F8	-۰/۳۸۰۴	-۰/۰۶۴۷	۰/۰۴۱۲۱	۰/۷۵۳۶	۰/۱۲۵۰

چنان که ارقام جدول ۳ نشان می‌دهد، این ضرایب سهم متغیرهای اصلی در ترکیب متغیرهای بنیادی است، و معمولا فقط برای زوج متغیرهای بنیادی که همبستگی‌های بنیادی آنها ازلحاظ آماری معنادار باشد محاسبه می‌شود. بنابراین بردارهای ZX1، ZX2، و ZX3 برای ۵ متغیر مستقل و متناظر با آنها بردارهای ZY1، ZY2، و ZY3 برای ۸ متغیر وابسته به صورت زیر بیان می‌شود.

M3 +۰/۰۷۵۸ M2 + ۰/۷۵۹M1 + ۰/۸۵٤٤work + ۰/۳۷۷۷age = -۰/۱۳٤٤Z_{X1}

F8-۰/۳۸۰٤ F7-۰/۲۹۵۹ F6+۰/۱٦۸۳ F5۰/٦٦۲۸ +F4+۰/٤۹۲۷F3+۰/۳۷٦۲F2-۰/۰٦۵۲F1=-۰/۱۲۲۷ZY1

M3 +۰/۱۰٦۸ M2 - ۰/۲۵۵۱M1 + ۰/۰۱۵۲work - ۰/۰۱۰٦age = ۰/۹۷۱۱ZX2

F8-۰/۰٦٤۷ F7-۰/۷۸٤۳ F6+۰/٤۵ F5-۰/۲۷۵۵F4-۰/۰۱۱۳F3-۰/۰۷۲۷ F2+۰/۵٦۷۱F1=-۰/۰۷۳۲Z_{Y2}

M3 +۱/۱٦۳٤ M2 + ۰/۳٦۵۵M1 -۱/۳۷۹٤work + ۱/۱٦۵۱age = -۰/۹۳۷۰ZX3

F8+۰/۰٤۱۲۱ F7+۰/۰۰۷۲ F6+۰/۳۹۵۸ F5-۰/۲۸۹۰ F4+۰/۵۷۱۳F3-۰/۵۲۷۳F2-۰/۲۸٦۰F1=۰/۵۱۵۸ Z_{Y3}

RC12یعنی ۰/۲۳۲۳۳۹ بیانگر نسبت واریانس ZY1 است که توسط ZX1 تبیین یا توجیه می‌شود، یعنی حدود ۲۳درصد واریانس ZY1 توسط ZX1 تبیین می‌شود، RC22 به مقدار ۰/۱۷۱۴۴۳ نیز نسبت واریانس ZY2 است که توسط ZX2 تبیین می‌شود، RC32 به مقدار ۰/۰۷۹۸۳ نیز نشان دهنده نسبت واریانس ZY3 است که توسط ZX3 تبیین می‌شود.

اندازه نسبی وزن‌ها نشان دهنده اهمیت هر متغیر در یک مجموعه در مقایسه با متغیرهای مجموعه دیگر است. اندازه‌های نسبی این وزن علاوه بر علامت آنها پایه تعریف متغیرهای بنیادی یعنی تعیین این مطلب است که هریک چه چیز را اندازه می‌گیرد. بردارهای ساختاری عامل یکم تا سوم همراه باوزن آنها در جدول ۴ نشان داده شده است.

ارقام سه ستون سمت چپ جدول ۴ نشان می‌دهد که بر پایه متغیرهای بنیادی سه گانه سه مدل مناسب برای کارآفرینی استنتاج می‌گردد، قبل از معرفی هر یک از مدل‌ها لازم است یادآوری شود که متغیر سن(age) درمدل یکم، اثرناچیز وخنثی دارد، چنانکه متغیرهای تجربه خدمتی(work) و خلق دانش(M1) و بیرونی بودن(F4) نیز در مدل دوم، و متغیر توفیق طلبی(F7) از مدل سوم اثر ناچیز دارد.

جدول (۴): بردارهای ساختاری عامل یکم تاسوم همراه باوزن

		Canonical structure			weights		
متغیر	نماد	بُعد یکم V1	بُعد دوم V2	بُعد سوم V3	V1	V2	V3
سن	age	۰/۱۰۹۹	۰/۹۸۴۹	۰/۰۰۹۶	۰	۱	1-
تجربه خدمتی	work	۰/۱۹۵۳	۰/۸۲۵۷	۰/۳۰۴۸	۱	۰	2

www.SID.ir

Archive of SID

خلق دانش	M1	۰/۹۶۱۲	−۰/۱۷۲۰	−۰/۱۷۳۸	۹	۰	۱۶
انتشاردانش	M2	۰/۷۹۵۲	−۰/۲۷۸۹	۰/۱۴۳۶	۱	**-3**	**5**
کاربرد دانش	M3	۰/۷۸۲۷	−۰/۱۵۰۲	۰/۳۱۱۱	۱	۱	۱۵
متغیر	نماد	**بُعدیکم W1**	**بُعددوم W 2**	**بُعدسوم W3**	**W 1**	**W 2**	**W 3**
خلاقیت	F1	۰/۲۸۱۹	۰/۰۷۴۹	۰/۲۵۷۳	−۳	−۲	۱۳
استقلال	F2	۰/۱۲۸۹	۰/۳۲۰۱	۰/۰۱۱۹	−۲	۱۴	−۷
نفوذ	F3	۰/۴۴۹۳	۰/۱۱۲۹	−۰/۲۶۴۵	۸	−۲	−۱۱
بیرونی‌بودن	F4	۰/۵۳۰۴	−۰/2036	۰/۶۶۸۵	۱۰	۰	۱۲
تصمیم‌گیری	F5	۰/۷۱۰۱	−۰/۳۴۲۵	−۰/۰۰۷۷	۱۲	−۵	−۵
انعطاف‌پذیری	F6	۰/۷۹۴۰	۰/۴۵۱۵	۰/۳۱۴۸	۳	۹	**8**
توفیق‌طلبی	F7	−۰/۰۴۶۲	−۰/۶۶۹۹	۰/۱۳۸۳	−۶	−۱۵	**0**
یادگیری	F8	−۰/۲۰۷۵	−۰/۱۰۶۸	۰/۵۳۷۴	−۹	−۱	−۱

بنابراین اگر کارکنان در محیطی کاملا پژوهشی (خلق دانش باضریب۹)، با تجربه خدمتی کم (ضریب۱) و نیز سازمانی که انتشاردانش و کاربرد دانش در آن نسبتا پایین (ضریب۱) باشد کارآفرینی مدیر دراین شرایط چنین بیان می‌شود، تصمیم‌گیری در اوج (ضریب۱۲)، به شدت تحت تاثیر عوامل محیطی (بیرونی بودن باضریب۱۰)، نفوذ بالا (ضریب۸)، عدم یادگیری (ضریب۹-)، و عدم توفیق طلبی (ضریب۶-)، نسبتا انعطاف پذیر (ضریب۳)، عدم خلاقیت (ضریب۳-)، و عدم استقلال (ضریب۲-) است. در مدل دوم اگر کارکنان با سن کم (ضریب۱)، بدون تجربه خدمتی (ضریب صفر)، در سازمان بدون پژوهش (خلق دانش باضریب صفر)، کاربرد دانش کم (ضریب۱)، و تلاش برای عدم انتشار دانش (ضریب۳-) باشد، نتیجه طبیعی کارآفرینی کارکنان چنین برآورد می‌شود : استقلال بسیاربالا(ضریب۱۴)، عدم توفیق طلبی(ضریب۱۵-)، انعطاف‌پذیری بالا (ضریب۹)، عدم تصمیم‌گیری به موقع(ضریب۵-)، عدم نفوذ (ضریب۲-)، مقابله با خلاقیت (ضریب۲-)، و بدون یادگیری (ضریب۱-) است.

مدل سوم کارآفرینی برپایه متغیرهای به این شرح شکل می‌گیرد، اگر کارکنان در محیطی باکاربرد دانش بسیار بالا (ضریب۱۵)، عدم تولید دانش جدید (خلق دانش باضریب۱۶-)، وانتشاردانش بالا(ضریب۵) قرار گیرد، ترکیب متغیرهای پیش بینی کننده فوق، کارآفرینی را به گونه‌ای تبیین می‌کند که خلاقیت بسیاربالا(ضریب۱۳)، بیرونی بودن بسیار بالا (ضریب۱۲)، عدم نفوذ زیاد (ضریب۱۱-)، انعطاف پذیری بالا(ضریب۸)، عدم استقلال زیاد (ضریب۷-)، و بدون یادگیری (ضریب۱-) توجیه و تبیین می‌شود.

۱۰- نتیجه‌گیری

تفاوت پژوهش حاضر با سایر پژوهش‌ها در ارائه مدل توسعه کارآفرینی بر اساس ابعاد مدیریت دانش است.

بودلایی در سال ۱۳۸۸ فقط به اثبات وجود رابطه مثبت میان مدیریت دانش و کارآفرینی پرداخته است.

یافته‌های پژوهش ساداتی در سال ۱۳۸۹ نشان می‌دهد که تسهیم دانش به صورت مستقیم (۰,۴۶) و غیرمستقیم (۰,۳۸) و به کارگیری دانش به صورت مستقیم (۰,۵۹) بر روی فر ایند کارآفرینی سازمانی اثرگذاری معناداری دارند. اما اثرگذاری مستقیم گردآوری دانش تأیید نشد. از سوی دیگر، اثرگذاری غیرمستقیم گردآوری دانش بر کارآفرینی سازمانی با تسهیم (۰,۱۵) و به کارگیری دانش (۰,۱۲) تایید شد، اما باز مدلی بر اساس ابعاد مدیریت دانش ارائه نشده است و فقط وجود رابطه میان ابعاد مدیریت دانش و کارآفرینی تایید شده است.

پژوهش ناظم در سال در سال ۱۳۸۹ نشان داد که بین متغیر مدیریت دانش و کارآفرینی کارکنان رابطه معنی داری وجود دارد، بین سلامت سازمانی و کارآفرینی کارکنان رابطه معنی داری وجود دارد، متغیرهای مدیریت دانش و سلامت سازمانی به صورت مشترک، حدود ۵۸ درصد از تغییرات متغیر میزان کارآفرینی کارکنان را تبین نموده اند و بین میزان کارآفرینی کارکنان بر اساس سطح تحصیلات و سنوات خدمت تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

صبوری در پژوهش خود مشخص کرده است که بین دو متغیر عوامل سازمانی مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی در شرکت شهداد رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

Archive of SID

www.SID.ir

مدهوشی در سال ۱۳۹۰ در مقاله‌ی خود نشان داده است که تسهیم دانش به صورت مستقیم (۰.۴۶) و غیر مستقیم (۰.۳۸) و به کارگیری دانش به صورت مستقیم(۰.۵۹) بر روی فرایند کارآفرینی سازمانی اثرگذاری معناداری دارد. اما اثرگذاری مستقیم گردآوری دانش تایید نشد. از سوی دیگر، اثرگذاری غیر مستقیم گردآوری دانش بر کارآفرینی سازمانی با تسهیم (۰.۱۵) و به کارگیری دانش (۰.۱۲) تایید شد.

عسکری پور گلویک در سال ۱۳۹۱ در پژوهشی از بین شاخص‌های متعدد مدیریت دانش، چهار شاخص اشتراک و تسهیم دانش، خلاقیت سازمانی، یادگیری سازمانی و مدیریت منابع انسانی را به عنوان متغیرهای مستقل تحقیق انتخاب نموده و تاثیر آن‌ها را برافزایش کارآفرینی سازمانی به عنوان متغیر وابسته تحقیق مورد بررسی قرار داده است. با انجام تحلیل آماری بر روی داده‌های جمع‌آوری شده، مشخص گردید که تمامی شاخص‌های فوق تاثیر مثبتی برکارآفرینی سازمانی دارند.

رنکو در سال ۲۰۰۱ در پژوهش خود بیان کرد که در توسعه محصول و فرایند جدید و نوآوری، به کارگیری و ترکیب دانش از بخش‌های گوناگون نقش دارد. سارین در سال ۲۰۰۳ در پژوهش خود عنوان می‌کند که سازمان‌های توانمندتر که دانش را از درون و بیرون سازمان کسب می‌کنند، می‌توانند عدم اطمینان را کاهش دهند، فرصت‌های بیشتری کسب کنند و به مزیت‌های فنی و فناورانه‌ی بیشتری دست پیدا کنند و از این رو در محصولات و خدمات خود نوآوری و ایجاد کنند.

کینگ در سال ۲۰۰۸ در پژوهش خود برای جهت تعیین رابطه مدیریت دانش و کارآفرینی نشان داد که هنگامی که افراد سازمانی دانش را بین خود تسهیم می‌کنند، آن‌ها می‌توانند یادگیری جمعی و مزایای هم افزایی را افزایش دهند، تنها از این راه فرصت‌های محیطی را شناسایی کرده و برای محصولات و خدمات جدید، ایده پردازی کنند.

لیاو در سال ۲۰۰۹ بر اساس دیدگاه مبتنی بر دانش خود پیشنهاد می‌کند که فعالیت‌های گردآوری دانش توانایی شرکت را به منظور نوآوری افزایش می‌دهند.

بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر، سه مدل بهینه کارآفرینی برپایه ابعاد مدیریت دانش ارائه گردید. این الگوها بر اساس متغیرهای مختلف کارآفرینی، مدیرت دانش و متغیرهای تجربه خدمتی و سن به دست آمده است. در محیط‌های مختلف که هر کدام از متغیرهای مدیریت دانش، سن و تجربه خدمتی در شرایطی متفاوت باشند متغیرهای کارآفرینی به گونه‌ای خاص خود را نشان می‌دهند. به همین دلیل می‌توان با تغییر در متغیرهای مدیریت دانش در ویژگی‌های کارآفرینی تغییر ایجاد کرد و می‌توان موجب ظهور ویژگی خاصی در فرد کارآفرین گردید، ویژگی‌ای که در فرد وجود نداشته یا از آن خصلت خود در امور کاری خود استفاده نمی‌کرده است.

به گونه کلی یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد هنگامی‌که کاربرد دانش در حد عالی باشد، خلاقیت نیز در حد عالی و در مقابل عدم نفوذ نتیجه آن است. همچنان که حد بالای خلق دانش در سازمان با تصمیم‌گیری ملازمه دارد. به این ترتیب یافته‌های پژوهش به عنوان مدل بهینه کارآفرینی بر پایه ابعاد مدیریت دانش و ویژگی‌های فردی کارکنان به صورت یک مدل اقتضایی معرفی می‌شود.

تفاوت کلی پژوهش حاضر با سایر پژوهش‌ها این است که در سایر پژوهش‌ها از یک الگو کارآفرینی استفاده شده اما در پژوهش حاضر بر اساس مدل هبستگی بنیادی سه الگو کارآفرینی به دست آمده است و پژوهش حاضر به وسیله تحلیل عاملی اکتشافی مولفه‌های تشکیل دهنده کارآفرینی را مشخص کرده است. بر اساس پژوهش حاضر بین کارآفرینی با سنوات خدمت و سن رابطه معناداری وجود ندارد.

- الگوی اول: اگر کارکنان درمحیطی کاملا پژوهشی، باتجربه خدمتی کم و نیز سازمانی که انتشار دانش و کاربرد دانش در آن نسبتا پایین باشند کارآفرینی کارکنان در این شرایط چنین بیان می‌شود، تصمیم‌گیری در اوج، به شدت تحت تاثیر عوامل محیطی (بیرونی بودن)، نفوذ بالا، عدم یادگیری، و عدم توفیق طلبی، نسبتا انعطاف‌پذیر، عدم خلاقیت، و عدم استقلال است.

- الگوی دوم: اگر کارکنان با سن کم، بدون تجربه خدمتی، در سازمان بدون پژوهش (خلق دانش)، کاربرد دانش کم، و تلاش برای عدم انتشار دانش باشند، نتیجه طبیعی کارآفرینی کارکنان چنین برآورد می‌شود: استقلال بسیار بالا، عدم توفیق طلبی، انعطاف پذیری بالا، عدم تصمیم گیری به موقع، عدم نفوذ، مقابله با خلاقیت، و بدون یادگیری است.

- الگوی سوم: کارآفرینی بر پایه متغیرهای به این شرح شکل می‌گیرد، اگر کارکنان در محیطی با کاربرد دانش بسیار بالا، عدم تولید دانش جدید (خلق دانش) و انتشار دانش بالا قرار گیرند، ترکیب متغیرهای پیش بینی کننده فوق، کارآفرینی را به گونه‌ای تبیین می‌کند که خلاقیت بسیار بالا، بیرونی بودن بسیاربالا، عدم نفوذ زیاد، انعطاف‌پذیری بالا، عدم استقلال زیاد، و بدون یادگیری توجیه و تبیین می‌شود.

بر این اساس می‌توان در محیط‌های کارآفرینانه تغییرات مطلوبی را بر اساس نیاز آن سازمان به وجود آورد.

۱۱-منابع و مأخذ

[۱] احمد پور داریانی، محمود. (۱۳۸۰)، **کارآفرینی (تعاریف، نظریات و الگوها)**، شرکت پردیس، تهران.

[۲] افرازه، عباس. (۱۳۸۴)، **مدیریت دانش(مفاهیم، الگوها، اندازه‌گیری و پیاده-سازی)**، انتشارات دانشگاه صنعتی امیرکبیر، تهران.

[۳] بارینگر، بروس آر. ایرلند، آردوانه. (۱۳۸۸)، **کارآفرینی: راه‌اندازی موفقیت آمیز کسب و کارهای جدید**، ترجمه سعید جعفری مقدم، انگارمومنی، نونا مومنی،

www.SID.ir

چاپ اول، تهران: انتشارات صفار-اشراقی.

[۴] بودلایی، حسن. (۱۳۸۸)، **ارتباط عوامل سازمانی مدیریت دانش با کارآفرینی سازمانی**، پایان نامه کارشناسی ارشد کارآفرینی و مدیریت دانش، دانشکده حسابداری و مدیریت،دانشگاه علامه طباطبایی.

[۵] ثرندایک، رابرنت. ال.(۱۳۷۵)، **روانسنجی کاربردی**، ترجمهٔ حیدرعلی هومن، انتشارات دانشگاه تهران، تهران، چاپ سوم.

[۶] جعفری مقدم، سعید.(۱۳۸۵)، **مستند سازی تجربیات مدیران از دیدگاه مدیریت دانش**، انتشارات موسسه تحقیقات و آموزش مدیریت، تهران.

[۷] سعیدی‌مهرآباد، محمد. مهتدی، محمدعلی. (۱۳۸۷)، **تاثیر آموزش کارآفرینی بر توسعه رفتارهای کارآفرینانه (مطالعه موردی: آموزش‌های کارآفرینی وزارت کار و امور اجتماعی)**، مجله توسعه کارآفرینی، سال اول، ش ۲، ص ۷۳-۵۷.

[۸] ساداتی ولویی، سید عبدالرحیم. (۱۳۸۹)، **بررسی تأثیر فرآیند مدیریت دانش بر فرآیند کارآفرینی سازمانی در کسب و کارهای کوچک و متوسط شهرک‌های صنعتی شرق مازندران**، پایان نامه کارشناسی ارشد کارآفرینی و مدیریت دانش، دانشگاه مازندران.

[۹] صبوری،حامد. **بررسی ارتباط میان عوامل سازمانی مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: شرکت صنایع شیر تهران – شهداد)**، پایان نامه کارشناسی ارشد کارآفرینی و مدیریت دانش، دانشگاه پیام نور.

[۱۰] عابدی، محمد رضا.(۱۳۸۴)، **ساخت، هنجاریابی و بررسی روایی و پایایی آزمون استعداد شناختی کارآفرینی در دانشگاه اصفهان**، مرکز کارآفرینی دانشگاه اصفهان.

[۱۱] عسکری پورگلویک، حسین. گرگیج، مریم. حسن‌زاده، فریبا. (۱۳۹۱)، **بررسی ارتباط مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های کارآفرین، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان**، بابلسر، شرکت پژوهشی طرود شمال.

[۱۲] مدهوشی، مهرداد. ساداتی، عبدالرحیم. (**۱۳۹۰**)، **بررسی اثرگذاری فرایند مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: کسب و کارهای کوچک و متوسط شرق مازندران)**، مجله توسعه کارآفرینی، سال سوم، ش ۱۲، ص ۷-۲۶.

[۱۳] ناظم، فتاح. کریم‌زاده، صمد. قادری، الهام. (۱۳۸۹)، **بررسی رابطه بین مدیریت دانش و سلامت سازمانی با کارآفرینی کارکنان در سازمان تامین اجتماعی**، فصلنامهٔ پژوهش اجتماعی، سال سوم، شماره نهم.

[14] Bechina, A., Michon, N., Nakata, K., (2005), **Pathway to Innovation Through Knowledge Management**, 2nd International Conference on Intellectual Capital, Kowledge Management, and Organizational Learning, p. 99.

[15] Chen, C. J. , Jing-Wen, H. ,(2009), **Strategic Human Resource Practices and Innovation Performance the Mediating Role of Knowledge Management Capacity**, Journal of Business Research, Vol. 62, pp. 108, 112.

[16] Choi, B. K. P. , Simon, G. , Davis, J. , (2008), **Effects of Knowledge Management Strategy on Organizational Performance: A Complementarity Theory-Based Approach**, Omega, Vol. 36, p 235.

[17] Clark, R. ,(2007), **Entrepreneur Advantages and Disadvantages**, Retrieved February 2, 2011, from http://ezinearticles. com.

[18] Finger, M. , Brand, B. , (1999), **Silvia The Concept of the Learning Organization Applied to the Translation of the Public**. PP. 33-68.

[19] Gold, AH., Malhotra, A., Segars, AH., (2001),**Knowledge Management: an Organizational Capabilities Perspective**, Journal Management Information System, Vol. 18, No. 1, pp.193,195,205,207.

[20] Grover, V., Davenport, T.H., (2001)**, General Perspectives on Knowledge Management: Fostering a Research Agenda**, Journal of Management Information Systems, 18(1), 5-21.

[21] Haug H.M.,Pardy, W., (1999**), Community Entrepreneurship North Eastland,** International Journal of Entrepreneurial in Behavior & Research, 5(1), 163-172.

[22] King, W. R., Chung, T.R., Honey, M.N., (2008), **Knowledge Management and Organizational Learning, International** Journal of Management Science, OMEGA, Vol.36, p. 168.

[23] Liao, H., Shu, C. H. T., (2007), **Knowledge Transfer and Competitive Advantage on Environmental Uncertainty: An Empirical Study of the Taiwan Semiconductor Industry**, Tec novation, Vol.27, pp 403,405.

[24] Lin, H.F., Lee, G.G., (2007), **Knowledge Sharing and Firm Innovation Capability: an Empirical Study**, International Journal of Manpower, Vol.28, No.3/4, p.174.

[25] McClelland, D.C., (1961), **The Achieving Society**, Princeton: Van No strand.

[26] Nonaka, I., Takeuchi, H., (1995), **The Knowledge Crating Company**, Oxford UK: Oxford University press.

[27] Sarin, S., McDermott, C., (2003),**The Effect of Team Leader Characteristics on Learning, Knowledge Application, and Performance of Cross-Functional New Product Development Teams**, Decision Sciences, Vol.34, No.4, p. 725.

[28] Teresa, L.J.,Chia-Ying, L., Tein-Shiang, L., (2006),**A Contingency Model for Knowledge Management Capability and Innovation**, Journal of Industrial Management & Data System, Vol.106, No.6, p.862.

[29] Wickham, P. A., (2000), **Strategic Entrepreneurship: A Decision Making Approach to New Venture Creation and Management** (2 ed).

[30] Yli-Renko, H., Autio, E., Sapienza, H.J., (2001),**Social Capital, Knowledge Acquisition, and Knowledge Exploitation in Young Technology-Based Firms**, Strategy Management Journal, Vol.22, No.6/7, pp.587, 590.

Archive of SID

www.SID.ir