

- وصول مقاله: ۹۸/۶/۱۰
- اصلاح نهایی: ۹۸/۷/۱۹
- پذیرش نهایی: ۹۸/۸/۱۴

شناسایی مولفه‌های توسعه کارآفرینی سازمانی مبتنی بر مدیریت دانش (مورد مطالعه: دانشگاه علوم پزشکی قزوین)

نگار پیلوار^۱، علی بدیع‌زاده^۲ / سیدرسول حسینی^۳ / روح‌اله زابلی^۴

چکیده

مقدمه: سازمان‌های بهداشت و سلامت با چالش‌های زیادی از جمله کثرت اساتید، دانشجویان و کارمندان، دانش محور بودن دانشگاه، گستره وسیع، تعامل با عموم مردم، تغییرات امروزی نظام بهداشت جهانی و اهمیت روزآمد بودن اطلاعات مواجه هستند. برای غلبه بر این چالش‌ها و ارتقای کیفیت خدمات بهداشتی، نیازمند کارآفرینی سازمانی، استفاده از کارکنان ماهر و بادانش و تخصیص زمان مناسب به امر مدیریت دانش می‌باشد.

روش پژوهش: به لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ روش توصیفی-اکتشافی و از نظر ابزار پژوهش، جز تحقیقات کیفی میباشد. جامعه مورد پژوهش ۲۰ نفر از خبرگانی که بیش از ۵ سال در دانشگاه علوم پزشکی قزوین حضور دارند می‌باشند. که با آنها مصاحبه عمیق صورت گرفته و برای تحلیل نتایج از نرم‌افزار مکس.کیو.دی.ای ۱۰ استفاده شده است.

یافته‌ها: ۱۸ مقوله بنیادی برای تبیین مدل توسعه کارآفرینی سازمانی مبتنی بر مدیریت دانش در دانشگاه علوم پزشکی قزوین به دست آمد.

نتیجه‌گیری: شرایط زمینه‌ای و بستر: (مهارت‌ها و ویژگی‌های فردی، شرایط فرهنگی و اجتماعی، ساختار سازمانی، شرایط سیاسی و قانونی)، شرایط علی: (مدیریت دانش {کسب و ایجاد، حفظ و نگهداری، تبدیل و انتقال، بکارگیری})، شرایط مداخله‌گر: (فرهنگ سازمانی و منابع انسانی)، مقوله مرکزی (مدل توسعه کارآفرینی سازمانی مبتنی بر مدیریت دانش در دانشگاه علوم پزشکی قزوین)، پیامدها: (رفتاری، ساختاری و محتوایی) و راهبرد آن توسعه سازمانی می‌باشد.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی سازمانی، مدیریت دانش، دانشگاه علوم پزشکی.

- ۱- دانشجوی دکتری، گروه کارآفرینی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران
- ۲- استادیار، گروه مدیریت صنعتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران، (نویسنده مسئول)، پست الکترونیک: a.badizadeh@gmail.com
- ۳- استادیار، گروه مدیریت آموزشی، پردیس شهید چمران، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران
- ۴- دانشیار، گروه مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، دانشگاه علوم پزشکی بقیه الله، تهران، ایران

مقدمه

مستقیمی بر روی رشد و توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی سازمان دارد [۳].

اساسی‌ترین مشخصه سازمان‌های قرن ۲۱، تاکید بر دانش و اطلاعات است. بر خلاف سازمان‌های گذشته، سازمان‌های امروزی دارای فناوری پیشرفته بوده و نیازمند کسب، مدیریت و بهره‌برداری از دانش و اطلاعات به منظور بهبود کارایی خود هستند به طوری که در جهان امروز دانش مهم‌ترین منبع راهبردی برای سازمان محسوب می‌شود و علاقه‌مندی به مدیریت دانش در بسیاری از سازمان‌ها روز به روز در حال افزایش است [۲]. کارآفرینی فرآیندی است که لازمه آن برنامه‌ریزی در نظام آموزشی و پژوهشی بوده و اجرای برنامه‌های آن از سطح خانواده، مدرسه تا دانشگاه و سازمان گسترده شده است. کارآفرینی به عنوان فرآیند افزایش ثروت از طریق نوآوری و بهره‌برداری از فرصت‌ها تلقی می‌گردد که نیازمند ویژگی‌های کارآفرینانه ریسک‌پذیری، استقلال و پویایی است. برخی از ویژگی‌های کارآفرینی بطور گسترده‌ای در مبنای نظری مطرح شده‌اند؛ از جمله استقلال، پویایی و نوآور بودن و ریسک‌پذیری [۴].

در محیط کسب و کار امروز، جایی که چرخه حیات محصولات و خدمات در حال کوتاه‌تر شدن بوده و منافع آینده نامشخص می‌باشد، بعلاوه برای تداوم مزیت رقابتی پایدار و ایجاد منافع بیشتر، مؤسسات باید در مقایسه با رقبایشان بهتر پاسخگوی نیازهای بازار بوده و باید قادر باشند تغییرات بازار را به درستی پیش‌بینی نمایند؛ طوری که بتوانند بهترین ارزش‌ها را برای مشتریان خود فراهم کنند [۵]. با افزایش سریع تحولات جهانی و گذر از جامعه سنتی به جامعه اطلاعاتی، توجه به استراتژی‌های جدید برای استفاده بهینه از فرصت‌ها و ارزش‌های جدید، مؤسسات را بیش از پیش ملزم به تحول نموده است در این میان گسترش فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی پیشرفته، افزایش چشم‌گیری داشته است [۶].

در سال‌های اخیر، کارآفرینی به یک عنصر کلیدی برای توسعه و بهبود وضعیت اقتصادی، تبدیل شده است [۷]. نتایج تحقیقات بر روی مسیر شغلی کارآفرینی نشان داده است که متغیرهای مختلف شخصی و زمینه‌ای بر

یکی از ویژگی‌های عصر حاضر تغییر و تحولات شگرفی است که در طرز تفکر و ایدئولوژی به چشم می‌خورد. از جمله پدیده‌هایی که به شدت تحت تاثیر این تغییرات قرار می‌گیرند سازمان‌ها می‌باشند. کثرت تغییراتی که سازمان‌ها با آن مواجه هستند موجب شده به دنبال ایجاد شرایطی باشند که بتوانند افراد خلاق و کارآفرین را هر چه بیشتر جذب، مدیریت و نگهداری کنند تا از مزایای کارآفرینی سازمانی هر چه بیشتر بهره‌مند شوند. آنها باید شرایطی را فراهم آورند تا همه کارکنان روحیه کارآفرینی پیدا کنند و بتوانند به طور فردی یا گروهی فعالیت‌های کارآفرینانه خود را به اجرا در آورند.

امروزه دانشگاه‌ها افزون بر نقش اولیه خود (ترویج دانش و گسترش پژوهش) دامنه‌ای گسترده‌تر از فعالیت‌ها را سرلوحه هدف‌های خود قرار داده‌اند تا بدین وسیله ارتباطی نزدیک‌تر با جامعه پیرامون خود برقرار نماید. دستاوردهای دانشگاه از دور راه فعالیت‌های جامعه را تحت تاثیر قرار می‌دهد؛ نخست با ارائه خدمات آموزشی، رشد سرمایه انسانی را موجب می‌شود. سپس به عنوان یک مرکز پژوهشی و در قالب مراکز پژوهش و توسعه، امکان بکارگیری دستاوردهای نوین علمی در عرصه‌های گوناگون اقتصادی اعم از کشاورزی، خدمات و حتی بازار را نیز فراهم می‌آورد. تقویت و توسعه کارآفرینی راهکاری جهت حل معضل اشتغال خواهد بود و دانشگاه کارآفرین با بهره‌گیری از پتانسیل‌های موجود در دانشگاه به بهرسازی و رشد کارآفرینی می‌پردازد و موجبات افزایش نرخ کارآفرینی را پدید می‌آورد [۱]. تغییرات سریع محیط، شدت گرفتن رقابت میان سازمان‌ها و افزایش انتظارهای جامعه نیاز به نوآوری و کارآفرینی را در بقای سازمان‌ها را ضروری کرده است [۲]. 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 غیرفیزیکی سازمان (تجارب و دانش کارکنان)، شرایطی را برای بروز رفتار کارآفرینی سازمانی فراهم می‌نماید و باعث بوجود آمدن سازمان‌های کارآفرین می‌شود که مجموعه این اقدامات تاثیر

رهبران در جهت افزایش رفتار کارآفرینانه است. بستر سازمان شامل موفقیت‌هایی است که نوسازی استراتژیک را در جهت اشاعه کارآفرینی سازمانی تسهیل می‌کند. ویژگی‌های افراد شامل مهارت‌ها، توانایی‌ها و نگرش‌ها کارکنان در جهت کارآفرینی است [۱۴]. تغییرات سریع محیط، تشدید فضای رقابتی بین شرکت‌ها، رشد سریع سازمان‌ها، کوتاه شدن چرخه حیات محصولات و افزایش روز افزون انتظارهای جامعه موجب شده در دهه‌های اخیر فعالیت‌های کارآفرینانه به درون سازمان‌ها راه یافته و مدیران نیز به کارآفرینی به طور فزاینده‌ای توجه کنند تا آنها بتوانند به اختراع و نوآوری و تجاری کردن محصولات و خدمات‌های خود پردازند [۱۵].

اما پژوهش‌های گوناگون از جمله نتیجه پژوهش، کروجر نشان می‌دهد که ۵۶ درصد کسب و کارهای کارآفرینانه در چهار سال اول شروع فعالیت‌شان ورشکست می‌شوند [۱۶]. در شرایط کنونی که تنها اطمینان، اطمینان نکردن است، مدیریت دانش ضامن موفقیت و بقای سازمان‌ها تلقی می‌شود [۱۷]. تحقیقات نشان داده مدیریت دانش از طریق ایجاد یک فرهنگ مفید و ارزشمند برای ایجاد و تسهیم دانش و همچنین ایجاد فرهنگ همکاری در سازمان‌ها نقش مهمی را در فرآیند نوآوری ایفا می‌کند [۱۸]. استراتژی‌های مدیریت دانش بازتابی از ویژگی‌های یک شرکت مانند: اهداف، شخصیت سازمانی، تکنولوژی و رفتار می‌باشد. ادبیات تحقیق چند طبقه از استراتژی‌های مدیریت دانش را نشان داده است که همه این موارد قابلیت‌های فرآیند مدیریت دانش را نشان می‌دهد [۱۹].

امروزه، آهنگ تغییرات از رشد چشم‌گیری برخوردار می‌باشد و دانش به یک منبع کلیدی تبدیل گردیده است. همگام شدن سازمان‌ها به عنوان نهادهای اقتصادی با این تحولات، امری چالش برانگیز می‌باشد که برای رهایی از خطر نابودی در برابر هجوم تغییرات و رقابت بازار شاید تنها راه باقی مانده برای سازمان‌ها استفاده از کارآفرینی می‌باشد. در این مسیر مهم‌ترین عامل موفقیت کارآفرینی سازمانی، مدیریت کردن اثر بخش دانش در سازمان است. سازمان‌ها بر اساس میزان دانش خود با یکدیگر به رقابت می‌پردازند. لذا مدیریت دانش، به جهت

کارآفرینی تاثیر دارد که به طور کلی متغیرهای کمی در زمینه شناسایی افراد کارآفرین و غیرکارآفرین انجام شده است و تحقیقات تجربی و نظری در زمینه کارآفرینی، به طور محدودی وجود دارد [۸].

نگرش‌ها و رفتارهای کارآفرینانه لازمه موفقیت و بقای سازمان‌ها است متغیرهای بسیاری بر کارآفرینی سازمانی تاثیر می‌گذارند این متغیرها شامل ویژگی‌های شخصی و انگیزشی مدیران و نیز ویژگی‌های صنعتی است که شرکت در آن فعالیت می‌کند با وجود این بسیاری از محققان معتقدند متغیرهای سازمانی و استراتژیک تاثیر بیشتری بر کارآفرینی دارند اقدامات مربوط به مدیریت استراتژیک از جمله اقدامات مدیریتی است که تسهیل‌کننده کارآفرینی سازمانی می‌باشد [۹]. پژوهشگران بسیاری در تحقیقات خود به بررسی عوامل و یا موانع موثر بر کارآفرینی در شرکت‌ها و سازمان‌های بزرگ پرداخته‌اند. هم‌چنان در مطالعه‌ای بیان می‌شود که عوامل سازمانی شامل ساختار، مدیریت منابع انسانی، فرهنگ سازمانی و کنترل بر کارآفرینی سازمانی تاثیر دارند [۱۰] و در مطالعه‌ای دیگر، مهم‌ترین موانع کارآفرینی سازمانی را، شامل سیاست‌ها، روش‌های مدیریتی، منابع انسانی و پاداش‌ها می‌داند [۱۱]. هم‌چنین بیان می‌شود عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی با تاکید بر نقش مدیریت منابع انسانی عبارتند از: طراحی مشاغل، اجتماعی‌سازی و آموزش کار تیمی، ارزیابی عملکرد و تشویق ریسک‌پذیری، سرمایه اجتماعی، اعتماد و رفتار شهروندی سازمانی، حمایت سازمانی، ساختار تیمی و ارتباطات درون و بیرون سازمانی [۱۲]. مقیمی عنوان می‌نماید که موانع کارآفرینی سازمانی عبارتند از: عوامل رفتاری شامل (عوامل مدیریتی، نگرش‌های مدیریتی، منابع انسانی، فرهنگ سازمان، ارتباطات سازمان، انگیزش)، عوامل ساختاری شامل (سیستم‌های سازمانی، ساختار سازمان، تکنولوژی سازمان و استراتژی سازمان) و عوامل محیطی شامل (اقتصادی، فرهنگی - اجتماعی، سیاسی - قانونی، تکنولوژی و محیط بین‌المللی) [۱۳]. راترفولد کارآفرینی سازمانی را شامل سه رکن فرایندها، بستر سازمان، و ویژگی‌های افراد می‌داند. فرایندها بوسیله رهبران تسهیل شده و شامل استراتژی‌های

معنی که از خبرگان علمی و خبرگان حرفه‌ای تعدادی با قضاوت محقق، به عنوان نمونه انتخاب شده و با آنها مصاحبه عمیق انجام می‌شود. قابل ذکر است در فرایند تحقیق کیفی، بر اساس نمونه‌گیری انجام شده از مدیران و متخصصان در بخش‌های مختلف دانشگاه علوم پزشکی قزوین، از ۲۰ نفر از این متخصصان، طی مصاحبه‌های عمیق به جمع‌آوری نظرات پرداخته شده است.

یافته‌ها

مصاحبه شوندگان مطابق با چارچوب پرسش‌های باز تحقیق، پاسخ‌هایی را ارائه دادند که در هر جلسه بر اساس نوع و محتوایشان در یکی از مقوله‌های تحقیق، دسته‌بندی شده و به عنوان ملاک ارزشیابی آن مقوله تعریف و تعیین شدند و در هر نهایت مشخص شد که با توجه به محتوای پاسخ‌های ارائه شده، هر یک از مفاهیم زیرمجموعه کدام یک از مقوله‌ها قرار می‌گیرند. در کد گذاری باز ۳ گام اساسی صورت گرفته است: مرحله اول؛ ارائه داده‌های کیفی، مرحله دوم استخراج مفاهیم از داده‌های کیفی و مرحله سوم استخراج مقولات از مفاهیم مرتبط. برای استخراج داده‌ها از متن مصاحبه‌ها در این رساله از روش کدگذاری نکات کلیدی استفاده شده و طی دو مرحله کدگذاری باز صورت گرفته است. در مرحله اول، نکات کلیدی موجود در مصاحبه تبدیل به کدهای باز شده‌اند و پس از آن این کدها به مفاهیم مرتبط با موضوع تحقیق تبدیل گشته‌اند. در نتیجه ۱۸ مقوله بنیادی شامل: فرهنگ سازمانی، سبک رهبری، منابع انسانی، ساختار سازمانی، تکنولوژی، شرایط اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی، سیاسی و قانونی، استراتژی، باور مدیریت، مهارت‌ها و ویژگی‌های فردی، کسب و ایجاد، ذخیره و نگهداری، انتقال، بکارگیری دانش، الگوهای ارتباطات سازمانی، انگیزه کارکنان و خلاقیت و ابتکار برای تبیین و طراحی مدل توسعه کارآفرینی سازمانی مبتنی بر مدیریت دانش در سازمان‌های عمومی (سازمان مورد مطالعه: دانشگاه علوم پزشکی قزوین) احصاء شده است. قابل ذکر است که به منظور اطمینان از کدگذاری درست و مناسب نکات کلیدی نظرات متخصصان، پس از کدگذاری باز توسط محقق اصلی، از سه محقق دیگر هم کمک گرفته

اشتراک گذاشتن و به‌کارگیری دانش در سازمان برای دستیابی به مزیت رقابتی، مورد استفاده قرار می‌گیرد [۲۰]. کریمی در مطالعه خود بیان میکند که سازمان‌های بهداشت و سلامت در قرن ۲۱ به لحاظ گستره‌ی وسیع آن، تعامل این سازمان‌ها با عموم مردم و تغییرات پیش آمده در نظام‌های بهداشتی جهانی، با چالش‌های زیادی از جمله کثرت اساتید، دانشجویان و کارمندان، دانش محور بودن دانشگاه، کثرت جغرافیایی و اهمیت روزآمد بودن اطلاعات مواجه هستند. برای غلبه بر این چالش‌ها و ارتقای کیفیت خدمات بهداشتی، این بخش از نظام اجتماعی نیازمند مدیریت کارآمد و مؤثر، استفاده از کارکنان ماهر و با دانش و تخصیص زمان مناسب به امر مدیریت دانش می‌باشد [۲۱]. به دلیل اهمیت و ضرورت کارآفرینی و مدیریت دانش در این حوزه، ما در این مقاله به دنبال شناسایی مولفه‌های توسعه کارآفرینی سازمانی مبتنی بر مدیریت دانش در دانشگاه علوم پزشکی قزوین می‌باشیم.

روش پژوهش

این پژوهش به لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ روش توصیفی - اکتشافی است. این تحقیق در روش کیفی است و از استراتژی تحلیل محتوا استفاده شده است. در روش کیفی (تجزیه و تحلیل با استفاده از مصاحبه ساختاریافته، نشست تخصصی با مشارکت کنندگان در پژوهش) در راستای هدف پژوهش استفاده شده است. پس از انجام مصاحبه‌های عمیقی با متخصصان دانشگاه علوم پزشکی قزوین، اطلاعات گردآوری شده، طی سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و در نهایت کدگذاری انتخابی تحلیل شده و در نهایت نتایج حاصل از تحقیق کیفی ضمن ترکیب با نتایج حاصل از ادبیات تحقیق، در قالب بخش نخست الگوی مفهومی تحقیق جمع‌بندی گردید. در این مقاله، از خبرگانی که بیش از ۵ سال در دانشگاه علوم پزشکی قزوین حضور دارند، استفاده شده است و در نهایت با استفاده از نرم‌افزار مکس.کیودی.ای ۱۰ منجر به استخراج و شناسایی متغیرها، می‌گردد. روش نمونه‌گیری بخش کیفی این تحقیق، نمونه‌گیری ترجیحی یا هدفمند می‌باشد. بدین

و کارآفرینی نیز در تمامی ابعاد گسترش نیافته است. سامانه‌های عمومی مدیریت دانش به عنوان زیر ساختی عمومی برای کارآفرینی؛ سامانه‌های یکپارچه مدیریت دانش برای کارآفرینی سازمانی و خدمات و ابزارهای مدیریت دانش به عنوان موضوعی برای کارآفرینی محورهای هستند که برای گسترش کارآفرینی باید مورد توجه قرار گیرند.

کارآفرین سازمانی برای انواع نگاه‌های اقتصادی و اجتماعی اهمیت دارد؛ اما دانشگاه‌ها (به عنوان سازمان‌هایی که می‌توانند کارآفرین تربیت کنند) و از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بوده و کارآفرینی سازمانی در آنها ضرورت دارد. پژوهشگران کارآفرین توافق دارند که سطح فعالیت کارآفرینانه به طور سیستماتیک هم در کشورها و هم در طول زمان تغییر می‌کند، تدوین و اجرای خط مشی‌های ارتقای کارآفرینی نیز می‌تواند با استفاده از زیرساخت‌های مدیریت دانش طراحی و پیاده سازی شود.

از این تحقیق می‌توان نتیجه گرفت که ایجاد سامانه مدیریت دانش می‌تواند بسیاری از موانع کارآفرینی سازمانی را رفع نماید. سامانه مشاغل؛ بهترین و کامل‌ترین زیرساخت برای تخصیص منابع انسانی در سطح کلان و درون سازمان‌ها، شایسته‌سازی و ارتباط دانشگاه و جامعه در بعد منابع انسانی می‌تواند استفاده شود. پیاده‌سازی مدیریت دانش در دانشگاه‌ها یکی از راهبردهای موثر برای ایجاد دانشگاه کارآفرین است؛ و دانشگاه کارآفرین یکی از مهم‌ترین مولفه‌های ارتقای کارآفرینی در کشور می‌باشد. باید دانش آموختگان آموزش عالی، انسان‌های خلاق، یادگیرنده و کارآفرین باشند که موجب افزایش انگیزه در افراد شوند. مدیریت دانش نه تنها می‌تواند کارآفرینی سازمانی را تقویت کند بلکه به دلیل حوزه ماموریت سازمان، اثربخشی مضاعفی نیز دارد. اگر کیفیت تصمیم‌گیری و عملکرد آنها بهبود یابد و هم‌چنین مداخلات آنها در جامعه دقیق‌تر و صحیح‌تر شده که به طور غیر مستقیم فضا را برای کارآفرینی توسط نگاه‌های اقتصادی و اجتماعی را بهبود می‌بخشد. خدمات مدیریت دانش عرصه وسیعی برای ایجاد فرصت‌های کارآفرینی است که باید خط مشی‌های لازم برای ایجاد تقاضای برای این خدمات فراهم شود.

شده است تا بر اساس نکات به کدگذاری مجدد کلیه نظرات بر اساس دیدگاه تخصصی خود پردازد (به منظور تعیین پایایی روش تحقیق کیفی براساس نظر اسکات). در نهایت، کد نهایی برای هر یک از نکات کلیدی انتخاب شده و این کدها شماره‌گذاری شده‌اند. تحلیل محتوا علاوه بر پایایی باید به نتایج معتبر نیز بیانجامد. روش‌های متعددی از جمله روایی صوری، روایی همزمان، روایی‌سازه و روایی پیش‌بینانه برای اندازه‌گیری روایی تحلیل محتوا وجود دارد. در این تحقیق از روایی صوری استفاده شده است. (جدول ۱)

کدگذاری محوری مرحله دوم تجزیه و تحلیل در نظریه پردازی داده بنیاد است. این مقوله‌ها به تنهایی نمی‌توانند حامل معنایی خاص برای کارآفرینی سازمانی مبتنی بر مدیریت دانش باشند. هدف این مرحله برقراری رابطه بین مقوله‌های تولید شده در مرحله کدگذاری باز است. این کدگذاری، به این دلیل محوری نامیده شده که کدگذاری حول محور یک مقوله تحقق می‌یابد. کدگذاری محوری بر تمرکز و تعیین یک مقوله به عنوان مقوله هسته‌ای یا مرکزی قرار داشته و سپس سایر مقولات به عنوان مقولات فرعی به آن ارتباط داده می‌شوند. پس از تعریف مقوله محوری، با کدگذاری مجدد داده‌ها انواع شرایط تأثیرگذار بر مقوله محوری شامل شرایط علی، شرایط زمینه‌ای و بستر، شرایط مداخله‌گر، کنش‌ها و واکنش‌هایی که برای اداره، کنترل یا پاسخ به مقوله محوری به وجود می‌آیند (راهبردها)، و پیامدهای ناشی از آنها نیز تعریف می‌شوند. طی کدگذاری محوری، مقوله‌های مستخرج از کدگذاری باز تحت ۶ دسته شامل مقوله مرکزی، شرایط علی، شرایط مداخله‌گر، شرایط زمینه‌ای (بستر)، راهبردها و پیامدها قرار گرفته‌اند. (جدول ۲) کدگذاری انتخابی مرحله‌ی سوم و اصلی نظریه‌پردازی داده بنیاد است که بر اساس نتایج کدگذاری باز و محوری به ارائه نظریه می‌پردازد و منجر به ارائه الگوی مفهومی تحقیق می‌شود. (نمودار ۱)

بحث و نتیجه‌گیری

مدیریت دانش زیر ساختی بسیار مهم برای گسترش و تقویت و تداوم حرکت‌های فعالیت‌های کارآفرینی است. البته تمام ظرفیت‌های مدیریت دانش در ایران شکوفا نشده

محدودیت مکانی از این نظر که تحقیق حاضر فقط در دانشگاه علوم پزشکی قزوین انجام شده و به دانشگاه‌ها و سازمان‌های دیگر در کنار آن پرداخته نشده است می‌توان اشاره کرد که باعث تعمیم‌پذیری کمتر نتیجه تحقیق می‌شود. در خصوص فرآیند تسهیم دانش، جمع‌آوری اطلاعات و ثبت وقایع مهم سازمانی تمهیدات لازم درون دانشگاه‌ها باید انجام گیرد. دانشگاه می‌تواند به منظور استفاده از افکار و اندیشه‌های افراد صاحب نظر، سازمان منابع مالی و انسانی لازم را تامین نماید و از این طریق، ایده‌های جدید را در جهت سیاست‌های خود متمرکز گرداند. همچنین برای بالا بردن فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه می‌توان از اطلاعات به روز جهان و اساتید آموزش دیده بهره برد و با برنامه‌ریزی در جهت برگزاری دوره‌ها و درس گروه‌های آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها می‌توان نقش بسزایی در تشویق تفکر کارآفرینی داشته باشیم.

پس بهتر است در تحقیقات آینده از سایر سازمان‌ها و دانشگاه‌های کشور نیز استفاده شده و به کمی‌سازی مدل ارائه شده بپردازند.

در این مقاله، یافته‌های کارآفرینی سازمانی در سه بعد رفتاری، ساختاری و محتوایی با یافته‌های یداللهی [۲۲] و همکاران همسو می‌باشد. همچنان در بعد رفتاری با یافته‌های صادقی [۲۳] و کلاییان [۲۴] و در بعد ساختاری با یافته‌های مندعلی [۲۵] همسو است. یافته‌های مدیریت دانش این پژوهش با یافته‌های محمدی [۲۶]، کیاکجوری و سالاری [۲۷] حسینی و مری [۱۵] مهدیان [۲۰] همسو است. یافته‌های منابع انسانی پژوهش با یافته‌های باقری [۲۸] همسو است. یافته‌های فرهنگ سازمانی پژوهش با یافته‌های سررود [۲۹] و کونستان [۳۰] و مقدسی [۳۱] همسو می‌باشد. همچنین مولفه سبک رهبری در این پژوهش با یافته‌های مصباحی و سیستانی [۳۲] و مولفه خلاقیت با یافته‌های شهزاد [۱۹] و احمدی [۳۳] و مولفه انگیزه با یافته‌های بهور [۳۴] همسو می‌باشد.

با توجه با پیشینه پژوهش و نتایج به دست آمده از پژوهش نقاط شباهت و تفاوت را می‌توان به صورت جدول ۳ ارائه کرد. (جدول ۳)

محدودیت منابع و تحقیقات مشابه انجام شده در ایران و محدودیت و فشار زمانی موجود برای انجام تحقیق و

جدول ۱ - میزان پایایی مقوله‌ها

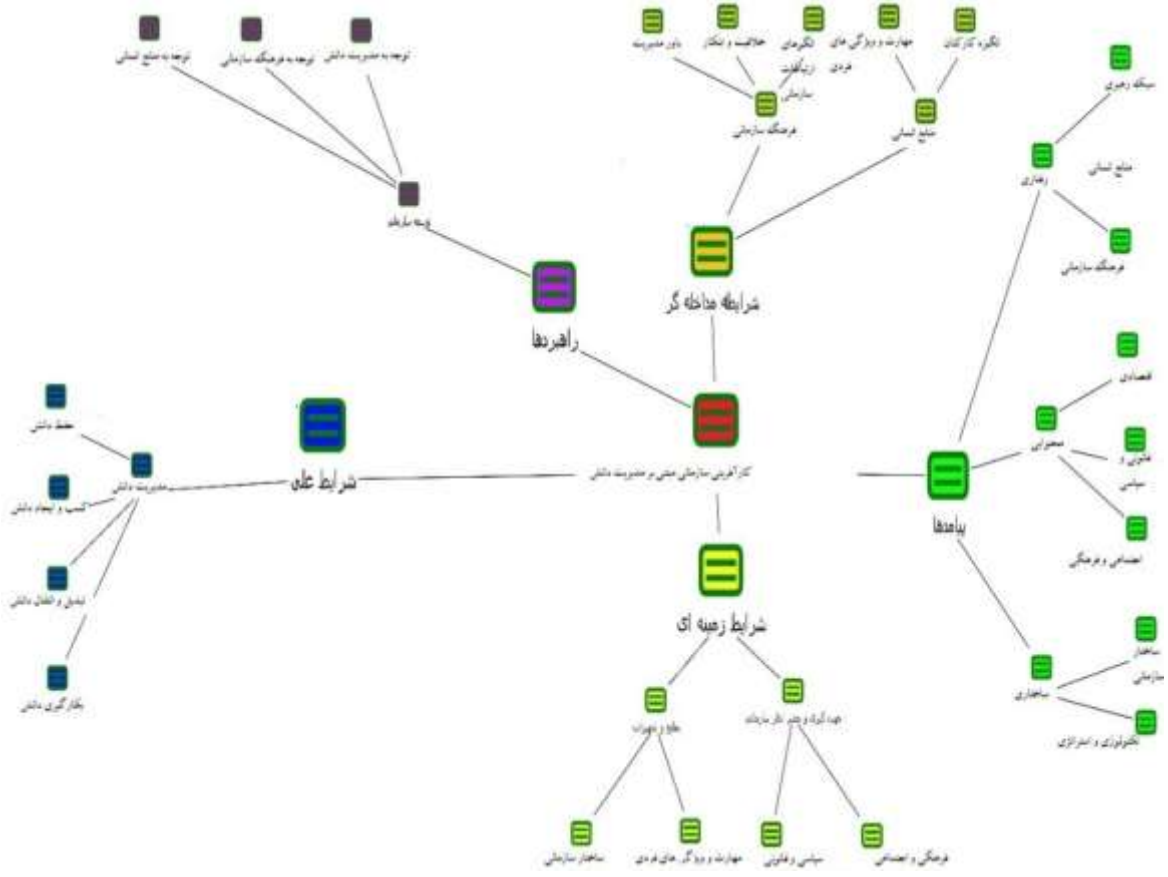
ردیف	مقوله‌ها	مقدار پایایی
۱	فرهنگ سازمانی	۰,۸۳۴
۲	سبک رهبری	۰,۹۰۱
۳	منابع انسانی	۰,۷۴۰
۴	ساختار سازمانی	۰,۸۳۷
۵	تکنولوژی	۰,۷۵۲
۶	استراتژی	۰,۸۳۱
۷	اقتصادی	۰,۸۲۲
۸	فرهنگی و اجتماعی	۰,۷۲۳
۹	سیاسی و قانونی	۰,۷۶۲
۱۰	کسب و ایجاد دانش	۰,۷۸۸
۱۱	حفظ و نگهداری دانش	۰,۸۱۲
۱۲	تبدیل و انتقال دانش	۰,۸۶۵
۱۳	بکارگیری دانش	۰,۷۱۲
۱۴	باور مدیریت	۰,۸۴۷
۱۵	خلاقیت و ابتکار	۰,۷۲۳
۱۶	الگوهای ارتباطات سازمانی	۰,۷۶۲
۱۷	انگیزه کارکنان	۰,۷۸۸
۱۸	مهارت‌ها و ویژگی‌های فردی	۰,۸۱۲

جدول ۲ - نتایج کدگذاری محوری

ردیف	شرایط	مقوله مستخرج شده
۱	شرایط زمینه‌ای و بستر	مهارت‌ها و ویژگی‌های فردی
		فرهنگی و اجتماعی
		ساختار سازمانی
		سیاسی و قانونی
۲	شرایط علی	کسب و ایجاد دانش
		مدیریت دانش
		حفظ و نگهداری دانش
		تبدیل و انتقال دانش
۳	شرایط مداخله گر	بکارگیری دانش
		باور مدیریت
		فرهنگ سازمانی
		خلاقیت و ابتکار
		الگوهای ارتباطات سازمانی
		رسمی
		غیر رسمی
		انگیزه کارکنان
		منابع انسانی
		مهارت و ویژگی‌های فردی
۴	مقوله مرکزی	مدل توسعه کارآفرینی سازمانی مبتنی بر مدیریت دانش در سازمان‌های عمومی
۵	رفتاری	سبک رهبری
		فرهنگ سازمانی
		منابع انسانی
	محتوایی	اقتصادی
		قانونی و سیاسی
		اجتماعی و فرهنگی
	ساختاری	ساختار سازمانی
		تکنولوژی
		استراتژی
۶	راهبردها	توسعه سازمانی

جدول ۳ - شباهت و تفاوت‌های پژوهش با مطالعات انجام شده

ردیف	مطالعه	شباهت	تفاوت	موافق یا مخالف با نتیجه پژوهش
۱	مهرآذر (۱۳۹۲)	مدیریت منابع انسانی تأثیر مثبتی بر خلاقیت و کارآفرینی دارد - اشتراک و تسهیم دانش تأثیر مثبتی بر خلاقیت و کارآفرینی دارد	-	موافق
۲	صادقی (۱۳۹۳)	انگیزه و نگرش کارکنان به تقویت و گسترش کارآفرینی در ورزش کشور منجر می‌شود	-	موافق
۳	قارزی (۱۳۹۳)	-	ادراکات کارآفرینانه تأثیر معناداری بر فعالیت‌های کارآفرینانه دارد	-
۴	حاجی حسنی (۱۳۹۳)	ویژگی‌های فردی با کارآفرینی تأثیر دارد	-	موافق
۵	کلایان (۱۳۹۴)	فرهنگ سازمانی، ویژگی‌های شخصیتی کارکنان بر کارآفرینی تأثیر دارد.	-	موافق
۶	مندعلی (۱۳۹۵)	-	نگرش و ذهنیت کارآفرینانه افراد با در نظر گرفتن نهادهای درگیر و محیط نهادی می‌تواند بر فرایند کارآفرینی پایدار ورزشی اثرگذار باشد.	-
۷	حسینی و مری (۱۳۹۵)	به کارگیری دانش به صورت مستقیم بر روی فرایند کارآفرینی سازمانی اثرگذاری معناداری دارد	-	موافق
۸	کیاکجوری و سالاری (۱۳۹۵)	مدیریت دانش بر کارآفرینی تأثیر دارد	-	موافق
۹	بهپور (۱۳۹۶)	انگیزه و نگرش بر کارآفرینی تأثیر دارد	-	موافق
۱۰	احمدی (۱۳۹۵)	یافته‌ها مؤید نقش میانجی‌گری خلاقیت در رابطه بین مدیریت دانش و گرایش به کارآفرینی سازمانی است.	-	موافق
۱۱	مصباحی و سیستانی (۱۳۹۶)	ابعاد رهبری بر کارآفرینی تأثیر دارد	-	موافق
۱۲	سررود و یعقوبی (۱۳۹۶)	نقش تعدیل‌کننده فرهنگ سازمانی در رابطه بین به کارگیری دانش و کارآفرینی سازمانی مورد تأیید قرار گرفت	-	موافق
۱۳	مهدیان (۱۳۹۶)	مدیریت دانش و کار آفرینی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد	-	موافق
۱۴	محمدی (۱۳۹۶)	مدیریت دانش و ابعاد آن می‌تواند به‌طور مناسبی کارآفرینی سازمانی را پیش‌بینی کند	-	موافق
۱۵	کونستان (۲۰۱۶)	فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی تأثیر دارد	-	موافق



نمودار ۱ - الگوی مفهومی تحقیق

Reference:

- 1- Bermer Sh, Sorayyani A, Investigating the Effect of Organizational Innovation on Export Performance (Case Study: Small and Medium Enterprises Exporting Mazandaran Province). Second International R & D Conference in the Humanities. Management and economics. Brussels-Belgium, September 16; 2017.
- 2- Tse AC, Leo YM, Oliver HM, Jenny SY & Raymond Uncle DM. Researching market orientation and business performance. *Australasian Marketing Journal*, 2013; 19: 161-164.
- 3- Matanda MJ & Freeman S. Effect of perceived environmental uncertainty on exporter-importer inter-organizational relationships and export performance improvement. *International Business Review*, 2009; 18(1): 89-107.
- 4- Somarathna KYJ. Strategic Orientation and Organizational Performance. Department of Entrepreneurship; 2016; University of Sri Jayewardenepura.
- 5- Lonial SE & Carter RE. The Impact of Organizational Orientations on Medium and small Firm Performance: A Resource-Based Perspective. *Journal of Small Business Management*, 2013; 20 (2): 1-20.
- 6- Karedza G & Govender KK. Enhancing the export performance of the SMEs in the manufacturing sector in Zimbabwe. *Academy of Marketing Studies Journal*, 2017; 21(2), 1-19.
- 7- Gnizy I, Cadogan JW, Oliveira JS & Nizam A. The empirical link between export dispersion and export performance: A contingency-based approach. *International Business Review*, 2017; 26(2), 239-249.
- 8- Cooper R, Hartley K & Harvey CRM. Export performance and the pressure of demand: a study of firms. Routledge; 2018.
- 9- Hambrick DC & Crossland C. A Strategy for Behavioral Strategy: Appraisal of Small, Midsize, and Large Tent Conceptions of This Embryonic Community. In *Behavioral Strategy in Perspective*, 2018; 3: 23-39.
- 10- Hao S & Song M. Technology-driven strategy and firm performance: Are strategic capabilities missing links? *Journal of Business Research*, 2017; 69(2): 751-759.
- 11- Mu J, Thomas E, Peng G & Di Benedetto A. Strategic orientation and new product development performance: The role of networking capability and networking ability. *Industrial Marketing Management*, 2017; 64: 187-201.
- 12- Rahimnia F, Sadeghiyan SH. Strategic Orientation and success of exporting companies. *Quarterly of researches on Humanity Resource Management*, 2011; 1: 34-49. [In Persian]
- 13- Theodosiou M, Kehagias J & Katsikea E. Strategic orientations, marketing capabilities and firm performance: An empirical investigation in the context of frontline managers in service organizations. *Industrial Marketing Management*, 2012; 41: 1058-1070.
- 14- Davari A, and Rezazadeh A. modeling the structural equations by applying PLS software (2nd ED.). Tehran: Academic Jihad Publication Organization; 2013. [In Persian]
- 15- Nunnally JC. *Psychometric theory* (2nd ED.), New York: McGraw-Hill; 1978.
- 16- Vinzi VE; Chin WW; Henseler J and H. Wang. *Handbook of Partial Least Squares: Concepts, Methods, and Applications*. Vol. II of *Computational Statistics*, Dordrecht: Springer; 2010.

- 17- Hajizadeh E and Asghari M. methodologies and statistics analysis with respect to research method in health and bio –sciences, Tehran: Tehran University Jihad Publication; 2011. [In Persian]
- 18- Hair JF, Sarstedt M, Pieper TM & Ringle CM. The use of partial least squares structural equation modeling in strategic management research: a review of past practices and recommendations for future applications. *Long Range Planning*, 2012; 45(5), 320–340.
- 19- Chadee DD and Zhang BY. The impact of Guanxi on export performance, *Journal of Global Marketing*, 2000; 14(1/2): 129-149.
- 20- Shamsuddoha A. and Ali MY. Mediated effects of export promotion programs on firm export performance, *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 2006; 18(2): 93-110.
- 21- Lages C, Lages CR and Lages LF. The RELQUAL scale: a measure of relationship quality in export market ventures, *Journal of Business Research*, 2005, 58(8): 1040-1048.
- 22- Morgan R & Strong C. Market orientation and dimensions of strategic orientation. *European journal of marketing*, 2006; 32: 1051-1073.
- 23- Athanasopoulou P. Relationship quality: a critical literature review and research agenda”, *European Journal of Marketing*, 2009; 43(5/6): 583-610.
- 24- Altindag E & Zehir C. Back to the past: re-measuring the levels of strategic orientations and their effects on firm performance in Turkish family firms: an updated empirical study. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 2012; 41: 288–295.
- 25- Hulland J. Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: a review of four recent studies. *Strategic Management Journal*, 1999; 20(2): 195–204.
- 26- Ahamed AJ & Skallerud K. The link between export relationship quality, performance and expectation of continuing the relationship: a South Asia exporters’ perspective. *International Journal of Emerging Markets*, 2015; 10(1): 16-31.
- 27- Ali Abdolvand M & Bigdeli A. Investigation the Effect of Relationship Quality, Performance and Exporter Satisfaction on Continuing Export-Import Relationship. *European Online Journal of Natural and Social Sciences: Proceedings*, 2016; 4(1 (s)): 1733.
- 28- Erdil S. The Role of Foreign Intermediary Relationship Quality on Export Performance: A Survey on Turkish Firms. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 2014; 150(15): 600-608.
- 29- Leonidou LC, Talias MA & Leonidou CN. Exercised power as a driver of trust and commitment in cross-border industrial buyer–seller relationships. *Industrial Marketing Management*, 2008; 37(1): 92-103.
- 30- Azimipanah A. Influential factors on the exporting strategies choice in food companies, Tehran: Social Sciences and Economics Faculty; 2011. [In Persian]
- 31- Alteren G & Tudoran AA. Enhancing export performance: Betting on customer orientation, behavioral commitment, and communication. *International Business Review*, 2016; 25(1): 370-381.
- 32- Zheng W, Yang B & McLean GN. Linking Organizational Culture, Structure, Strategy and Organizational Effectiveness. *Business Research*, 2010; 21 (3): 221-299.
- 33- Mosleh AM, Bahraini-Zadeh M & Ghahfarrokhi SK. The Effect of Strategic Orientation on Export Performance of Exporting Companies in Bushehr Province; 2017. [In Persian]
- 34- LIU Bing LIU & Zhengping FU. Relationship between Strategic

Orientation and Organizational Performance in Born Global: A Critical Review. *International Journal of Business and Management*, 2011; (6)3:109-115.

35- Venkatraman N. Strategic orientation of business enterprises: The construct, dimensionality, and measurement. *Management science*, 1989; 35(8): 942-962.

36- Wang G and Olsen JE. "Knowledge, performance, and exporter satisfaction", *Journal of Global Marketing*, 2002; 15(3/4): 39-64.

37- Madsen TK. Executive insights: managerial judgment of export performance. *Journal of International Marketing*, 1998; 6(3): 82-93.

38- Godwin Ahimbisibwe M & Abaho E. Export entrepreneurial orientation and export performance of SMEs in Uganda. *Global Advanced Research Journal of Management and Business Studies*, 2013; 2(1), 056-062.

39- Patterson PG, Cicic M & Shoham A. A temporal sequence model of satisfaction and export intentions of service firms. *Journal of Global Marketing*, 1997; 10(4): 23-43.

40- Hernandez-Espallardo M, Arcas-Lario N & Tantius PH. Farmers' satisfaction and intention to continue as members of agricultural marketing co-operatives: a test of the neoclassical and transaction costs theories. *European Association of Agricultural Economists*, Chania, Crete, 2009; September 3-6.

41- Jahed M. Investigating the Impact of Relationship Quality between Exporting Companies and Foreign Buyers on Corporate Export Performance (Case Study: Exporting Manufacturing Companies in Ardabil Province). Master thesis. Faculty of Management and Accounting. Islamic Azad University. Rasht unit, 2013. [In Persian]

42- Rezaee R. The Impact of International Marketing Strategies on

Export Performance, 2017; 9(17): 55-80. [In Persian]