

تاثیر استقرار مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی

عبدالرضا دستا^۱

۱- دانشجوی دوره مدیریت عالی کسب و کار (DBA) دانشگاه تهران

چکیده

دانش می تواند هم کارکرد توصیفی وهم کارکرد فرآیندی داشته باشد. به عبارت دیگر می تواند چگونگی انجام واقعه ای را توصیف کند و هم می تواند چرایی یک پدیده را تبیین کند. هدف این پژوهش تاثیر استقرار مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی می باشد. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ روش توصیفی - تحلیلی با استفاده از ابزار پرسشنامه می باشد. جامعه آماری پژوهش کارکنان گروه صنعتی یزد لوله می باشند که تعداد نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۷۰ نفر در نظر گرفته شد. با توجه به نتایج آزمون کولموگروف_اسمیرنوف توزیع داده ها غیر نرمال بودند نتایج آزمون اسپیرمن نشان داد که بین ابعاد مدیریت دانش (خلق دانش، ذخیره و نگه داری دانش، انتقال دانش، به کارگیری دانش) و کارآفرینی سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

واژه های کلیدی: استقرار مدیریت دانش، کارآفرینی سازمانی، آزمون اسپیرمن

۱- مقدمه

عصر کنونی دوره تحولات شتابنده و غیر قابل پیش بینی است. وضعیت مدیریت در جامعه ما بیانگر عدم توازن میان پیچیدگیهای روزافزون سازمانها و عدم تواناییهای این سازمانها در پیش بینی و مقابله با این تحولات و پیچیدگیهاست. سازمانها برای مقابله با تهدیدات محیطی و استفاده از فرصت های احتمالی، ناچارند ظرفیتهای و توانمندیهای درونی خود را بشناسند، نقاط ضعف را ترمیم نموده و به تقویت نقاط قوت پردازند. مسائل و مشکلات مدیریت آن چنان پیچیده و درهم شده است که تشخیص مشکل به آسانی میسر نیست. در چنین شرایطی سازمان هایی موفق و کامیاب هستند که ضمن کسب دانش و آگاهی وسیع از عوامل محیطی برای حفظ بقاء و حیات خود، بتوانند زمینه رشد و پویایی و افزایش عملکرد سازمان را بهبود و ارتقاء بخشند (رحیمی و نجفی، ۱۳۸۶). مدیریت دانش در عصر دانش و دانش محوری، در اولویت سازمان ها قرار گرفته است، دانش سرمایه ای سازمانی تلقی می شود و مدیریت آن از اهمیت روز افزونی برخوردار است (عطوفی نجف آبادی و بنی هاشمی، ۱۳۹۲) با توجه به اینکه اکثر کارآفرینان از پشتیبانی واحدهای مطالعاتی و تحقیقاتی بی بهره اند، وجود مدیریت دانش می تواند این خلأ را پر کرده و به عنوان ساختاری برای پشتیبانی تصمیمات مورد استفاده قرار گیرد. از طرف دیگر خدمات مدیریت دانش می تواند فعالیت های کارآفرینی های متنوعی در پدید آورد. از این رو بهبود کارآفرینی و توسعه آن بر مبنای 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 می باشد و تعیین روابط این ابعاد در توسعه کارآفرینی موثر است. از این جهت ارائه مدل توسعه کارآفرینی بر پایه مدیریت دانش ضروری است (اکرامی و قلمکاری، ۱۳۹۵: ۳۳).

اهمیت و ضرورت تحقیق

حفظ و گسترش مزیت رقابتی، یکی از دغدغه های اصلی سازمان ها است. امروزه بر دانش که یکی از عوامل موفقیت سازمانی و رقابت پذیری است، تأکید زیادی می شود. هنگامی که افراد استعفا می دهند یا به هر دلیلی سازمان را ترک می کنند، موفقیت سازمانی کاهش می یابد. بنابراین سازمان ها امروزه در تلاش هستند تا دانش را به طور مؤثرتر و کاراتری مدیریت کنند تا موجب بهبود عملکردشان شود (محمدی و همکاران، ۲۰۰۹). بنابراین امروزه یکی از مهمترین و با ارزشترین سرمایه های هر سازمانی، دانش است. دانش یک نیرو محرکه برای رشد سازمانی است.

پیتر دراگر در کتاب خود تحت عنوان جامعه پسا سرمایه داری عنوان می کند که دانش مهمترین منابع است. مدیریت دانش شیوه شناسایی، در اختیار گرفتن، سازماندهی و پردازش اطلاعات، جهت خلق دانش میباشد که پس از آن توزیع می شود و سپس در دسترس دیگران قرار می گیرد تا برای خلق دانش بیشتر استفاده شود (رادینگ، ۱۳۸۳).

پیشینه پژوهش

اکرامی و قلمکاری (۱۳۹۵)، پژوهشی با عنوان "ارائه مدل توسعه کارآفرینی بر پایه مدیریت دانش" انجام دادند. هدف پژوهش حاضر ارائه مدلی جهت توسعه کارآفرینی بر پایه مدیریت دانش در کارکنان شهرداری منطقه ۷ تهران می باشد. این پژوهش توصیفی و از نوع همبستگی است و جامعه آماری آن شامل کلیه کارکنان شهرداری منطقه ۷ (۴۲۰) نفر است. است که با روش نمونه برداری طبقه ای ۲۰۱ نفر به عنوان نمونه انتخاب شده اند. ابزار پژوهش

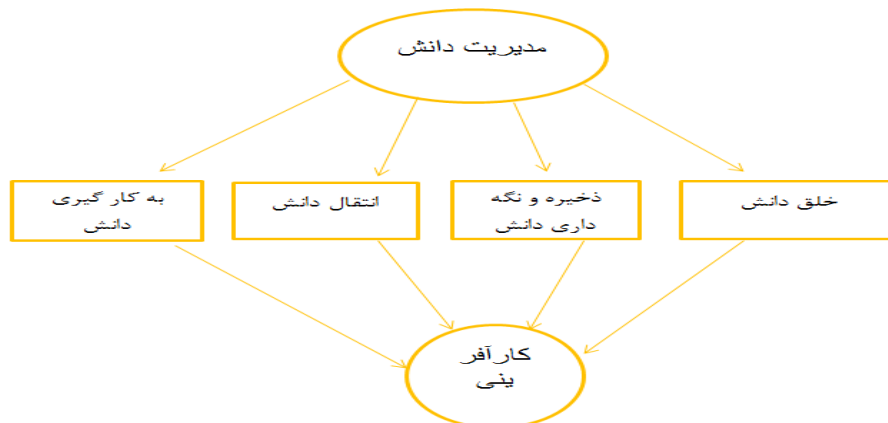
شامل پرسشنامه ای محقق ساخته دارای ۷۵ پرسش مربوط به مولفه ی کارآفرینی و ۱۲ پرسش مربوط به مولفه ی مدیریت دانش است. برای تعیین اعتبار پرسشنامه از آلفای کرونباخ استفاده شده است و این ضریب در مورد کارآفرینی ۹۱٪ و در مورد مدیریت دانش ۹۴٪ می باشد. بدین وسیله پرسشنامه از اعتبار کافی برخوردار است. بر اساس تحلیل عاملی اکتشافی کارآفرینی به عوامل سازنده: خلاقیت، استقلال، نفوذ، بیرونی بودن، تصمیم گیری، انعطاف پذیری، توفیق طلبی، یادگیری و مدیریت دانش نیز بر اساس پژوهش های گذشته به سه عامل خلق دانش، انتشار دانش و کاربرد دانش تقسیم شده است. نتایج همبستگی بنیادی نشان داده است که یافته های پژوهش به عنوان مدل بهینه کارآفرینی برپایه ابعاد مدیریت دانش و ویژگی های فردی کارکنان به صورت یک مدل اقتضایی معرفی می شود و بین کارآفرینی با سنوات خدمت و سن رابطه معناداری وجود ندارد.

پیرایش و مرتضوی (۱۳۹۵)، پژوهشی با عنوان " بررسی نقش مدیریت دانش در گسترش کارآفرینی " انجام دادند. امروزه مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی دو رویکرد هستند که سازمانها بطور همزمان جهت کشف و بکارگیری مزایای رقابتی خود از آنها بهره می برند و دو معیار مهم برای ارزیابی توفیق محسوب میشوند. کارآفرینی یکی از مولفه های موثر در پیشرفت اقتصادی بوده و مدیریت دانش زیرساختی ضروری برای بسیاری از فعالیتها است. تقویت تعاملات کارآفرینی و مدیریت دانش میتواند در ارتقاء کارآفرینی و همچنین گسترش مدیریت دانش بسیار موثر باشد. برخی از اهداف و فعالیت های مدیریت دانش، زیرساختی برای کارآفرینی بوده و از طرف دیگر موضوع مدیریت دانش می تواند مبنای کارآفرینی های متنوعی قرار گیرد. با توجه به اینکه اکثر کارآفرینان از پشتیبانی واحدهای مطالعاتی و تحقیقاتی بی بهره اند، وجود سامانه های عمومی مدیریت دانش میتواند این خلا را پر کرده و به عنوان سامانه ای برای پشتیبانی تصمیمات مورد استفاده قرار گیرد. از طرف دیگر خدمات مدیریت دانش می تواند فعالیتهای کارآفرینی متنوعی پدید آورد. در مقاله حاضر ضمن تعریف و بررسی مدیریت دانش به اصول، مدل ها عوامل موفقیت و شکست مدیریت دانش پرداخته شده است و تعامل بین مدیریت دانش و کارآفرینی بررسی شده است و بر این مهم تاکید شده است که مدیریت دانش زیر ساختی بسیار مهم برای گسترش و تقویت و تداوم حرکت های فعالیتهای کارآفرینی است.

فرضیه های پژوهش

- ❖ به نظر می رسد مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی در گروه صنعتی یزد لوله تاثیر دارد.
- ❖ به نظر می رسد خلق دانش بر کارآفرینی سازمانی در گروه صنعتی یزد لوله تاثیر دارد.
- ❖ به نظر می رسد ذخیره و نگه داری دانش بر کارآفرینی سازمانی در گروه صنعتی یزد لوله تاثیر دارد.
- ❖ به نظر می رسد انتقال دانش بر کارآفرینی سازمانی در گروه صنعتی یزد لوله تاثیر دارد.
- ❖ به نظر می رسد به کار گیری دانش بر کارآفرینی سازمانی در گروه صنعتی یزد لوله تاثیر دارد.

شکل (۱) مدل مفهومی پژوهش



مبانی نظری پژوهش

مدیریت دانش

بیشتر نویسندگان اظهار داشته اند که ما نه یک درک درست از سازمان یادگیرنده داریم و نه یک فهم صحیح از مفهوم مدیریت دانش. اگر در عزم خود برای مدیریت دانش جدی باشیم، بایستی دقیقاً معنی آن را روشن کنیم. فقدان یک توافق کلی در ارائه مشخص از این مفهوم به ایجاد آشفتگی های منجر شده است که در مطالعات مختلفی که در این زمینه انجام گرفت به خوبی انعکاس یافته است. بنابراین، به منظور درک بهتر مفهوم مدیریت دانش باید ابتدا به بررسی مفاهیم داده (Data)، اطلاعات (Information)، دانش (Knowledge)، خرد (Wisdom) و تفاوت و ارتباط میان آنها بپردازیم. اصطلاحات اطلاعات و داده، اغلب به جای کلمه دانش به کار برده می شوند. اما در واقع آنها مفاهیم متفاوتی دارند و درک تفاوت آنها برای انجام یک کار دانش محور بسیار مهم و حیاتی است.

داده

به معنای واقعیتهای از موقعیت است. داده ها به صورت خام هستند که بدون ارائه توضیحات فاقد هر گونه برداشتی می باشند. داده ها منعکس کننده تعاملات و مبادلات کامل و واحد و منسجمی هستند که تحت عنوان جزء ناچیز از آنها یاد می شود. این اجزاء در پایگاههای داده ها ذخیره و مدیریت می شوند.

اطلاعات

افزودن تحلیل و تفسیر به داده ها و مشخص نمودن ارتباطات آنها به یکدیگر باعث بوجود آمدن اطلاعات می گردد. به عبارتی اطلاعات شامل داده های خلاصه شده ای است که گروه بندی، ذخیره، پالایش، سازماندهی و تحلیل شده اند تا بیانگر موقعیت خاصی باشند. تجزیه و تحلیل اطلاعات منجر به اتخاذ تصمیم می گردد.

خرد

کاربرد دانش یا به عبارتی دیگر بکارگیری دانش به منظور رسیدن به اهداف سازمانی را خرد گویند. با توجه به تعاریف و مفاهیم فوق می توان شکل ذیل را ترسیم کرد. داده ها در پایین ترین سطح و خرد در رأس شکل قرار دارد. با وجود اختلاف نظرهای در جزئیات شکل به صورت کلی وفاق عمومی درباره حرکت و ترکیب کل شکل وجود دارد.

با توجه به مفاهیم فوق مدیریت دانش را به این صورت می توان تعریف کرد:

- مدیریت دانش ارتقاء یک رویکرد جامع برای شناسایی، تسخیر، بازیافتن، تسهیم و ارزشیابی یک سرمایه اطلاعاتی سازمان است. این سرمایه اطلاعاتی ممکن است، داده ها، اسناد، خط مشی و رویه ها .
- مدیریت دانش استفاده از تجربه و دانش فردی و جمعی از طریق فرآیند تولید دانش، تسهیم دانش و بکارگیری آن به کمک فناوری به منظور دستیابی به اهداف سازمان (موحد زاده، ۱۳۸۷).

مفهوم کارآفرینی

کارآفرینی بر پایه نوآوری، اساس پیشرفت و تکامل نظام های اقتصادی از ابتدای تمدن تا به امروز بوده است؛ اما فقط یک قرن است که توجه علمی به آن می شود. در طول قرن گذشته، ادبیات کارآفرینی بسیار گسترده شده و در قالب چندین رشته علمی به خصوص اقتصاد، روانشناسی، جامعه شناسی، مردم شناسی و مدیریت گسترش یافته است.

کارآفرینی از نگاه شومپیتر دارای سه ویژگی اساسی است:

- کارآفرینی قابل درک است، اما نمی توان با به کار بردن قوانین معمولی و تحلیل حقایق موجود و سطحی آن را به نحوی موفقیت آمیز پیش بینی کرد.

- کارآفرینی رویدادها و نتایج بلندمدت را شکل می دهد و برای اینکه موقعیت های مناسبی خلق کند، شرایط اقتصادی و اجتماعی فعلی را تغییر می دهد.

- کثرت و تکرار وقوعی رویدادهای کارآفرینانه به کیفیت نسبی نیروها، تصمیمات راهبردی، اقدامات و الگوهای رفتاری بستگی مستقیم دارد.

مفهوم واژه «کارآفرینی» متفاوت از مفهوم واژه «اشتغال زایی» است. نباید کارآفرینی تداعی شغل آفرینی نموده و کسی را کارآفرین دانست که فقط بتواند کارگاه یا کارخانه یا شرکتی را تأسیس، راه اندازی و مدیریت نماید و ریسک آن را متقبل شود.

کارآفرینی را به لحاظ ماهیت فعالیت می توان به دو نوع تقسیم نمود: منفرد، سازمانی

- کارآفرینی منفرد می تواند به صورت مستقل با درون سازمانی توسط یک فرد یا گروه انجام شود. اگر کارآفرین به طور مستقل، کسب و کار جدیدی راه اندازی نمایند، کارآفرین مستقل بوده و اگر فرآیند کارآفرینی توسط افراد شاغل در یک سازمان به عنوان فعالیت درون سازمانی انجام شود کارآفرینی درون سازمانی نامیده می شود. کارآفرین درون سازمانی، فردی است که همچون یک کارآفرین مستقل فعالیت می نماید و فعالیت وی ایجاد واحدهای جدید در سازمان، ارائه محصولات خدمات و فرآیندهای جدید است که از زیرساخت ها و در مواردی از حمایت های سازمان برخوردار است.

- کارآفرینی شرکتی یا سازمانی، بیانگر سازمانی است که همه کارکنان می‌توانند در نقش کارآفرین انجام وظیفه کنند و تمام فعالیت‌های کارآفرینانه فردی و گروهی، به طور مستمر، سریع و راحت‌تر در سازمان مرکزی یا شرکت‌های تحت پوشش به ثمر برسند.

کارآفرینی سازمانی فرآیندی است که از طریق محصولات، فرآیندها و ایده‌های جدید در سازمان به اجرا گذاشته می‌شود و توسعه می‌یابد. ماهیت کارآفرینی سازمانی با کارآفرینی منفرد تفاوت دارد. یکی از تفاوت‌های مهم در این است که اقدامات کارآفرینی منفرد «ایجاد» است، درحالی‌که کارآفرینی سازمانی اغلب متوجه «بازیابی» است؛ تفاوت دیگر میان کارآفرینی منفرد و سازمانی در نوع رقبا است. در کارآفرینی منفرد، رقیب، بازار می‌باشد. کاری که کارآفرین منفرد (مستقل یا درون سازمان) انجام می‌دهد، برطرف کردن موانع موجود در بازار برای بقا و رقابت است؛ اما در مورد کارآفرینی سازمانی، فرهنگ شرکت، رقیب اولیه می‌باشد.

فرآیند کارآفرینی سازمانی در مقایسه با فرآیند کارآفرینی منفرد دارای نقاط اشتراک و افتراق زیادی است. مثلاً هر دو بر نوآوری تاکید می‌کنند، هدف هر دو ایجاد محصولات یا خدمات با ارزش افزوده است و خطرپذیری هر دو زیاد است. ولی در کارآفرینی منفرد بر روی سرمایه و وقت کارآفرین ریسک می‌شود درحالی‌که در کارآفرینی سازمانی با اقدام به تولید محصولات جدید، بر روی سرمایه شرکت ریسک می‌شود.

روش تحقیق:

این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ روش توصیفی - تحلیلی می‌باشد و به صورت پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل کارکنان گروه صنعتی یزد لوله در نظر گرفته شده اند. در این تحقیق برای جمع‌آوری اطلاعات از روش‌های زیر استفاده خواهد شد: مطالعات کتابخانه‌ای: جهت گردآوری اطلاعات در زمینه مبانی نظری و ادبیات موضوع، از منابع کتابخانه‌ای، مقالات و کتاب‌های مربوطه استفاده گردید. تحقیقات میدانی: در این تحقیق به منظور جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات از پرسشنامه استفاده خواهد شد. برای جمع‌آوری اطلاعات از دو روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است. ابزار اصلی گردآوری، در جمع‌آوری اطلاعات اولیه پرسشنامه است. پرسشنامه‌ای در دو بخش طراحی و با استفاده از طیف گزینه‌ای لیکرت متغیرهای تحقیق بررسی خواهد شد. تعداد نمونه با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۷۰ نفر از بین کارکنان گروه صنعتی یزد لوله انتخاب و بررسی شده‌اند. روایی سوالات پرسشنامه مورد تایید اساتید و متخصصان قرار گرفت، همچنین پایایی سوالات تحقیقی نیز با آزمون آلفای کرونباخ محاسبه شده که در جداول شماره (۱)، (۲)، آورده شده است.

جدول (۱) میزان آلفای کرونباخ پرسشنامه کارآفرینی سازمانی

مفهوم مورد بررسی	ابعاد	ضریب الفای کرونباخ	ضریب کل
تفکر کارآفرینی		۰/۸۰۴	

۰/۸۹۱	۰/۸۱۲	متعادل کننده	
	۰/۸۱۱	نوآوری مستمر	
۰/۹۱۲	۰/۸۱۳	خلق دانش	مدیریت
	۰/۷۸۹	ذخیره و نگه داری دانش	دانش
	۰/۸۱۲	انتقال دانش	
	۰/۸۱۱	به کار گیری دانش	

مطابق جدول فوق در این پرسشنامه مقدار آلفا برای هر یک از ابعاد و ضریب کل بالاتر از ۰/۷۰ است که نشانه پایایی بالای پرسشنامه است.

یافته های پژوهش

- آمار استنباطی

بررسی فرض نرمال بودن داده ها با استفاده از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف (K-S)

جدول (۴) نتیجه آزمون نرمال بودن ابعاد کارآفرینی

نتیجه گیری	تایید فرضیه	مقدار خطا	سطح معنی داری	عامل	
نرمال نیست	H ₁	۰/۰۵	۰/۰۰۵	تفکر استراتژیک	کارآفرینی استراتژیک
نرمال نیست	H ₁	۰/۰۵	۰/۰۰۰	متعادل کننده	
نرمال است	H ₀	۰/۰۵	۰/۰۰۶	نوآوری مستمر	

(منبع: داده های پژوهش)

جدول (۵) نتیجه آزمون نرمال بودن نوآوری

نتیجه گیری	تایید فرضیه	مقدار خطا	سطح معنی داری	عامل
نرمال نیست	H ₁	۰/۰۵	۰/۰۰۰	نوآوری

(منبع: داده های پژوهش)

جدول (۶) نتیجه آزمون نرمال بودن عملکرد سازمانی

عامل	شاخص ها	سطح معنی داری	مقدار خطا	تایید فرضیه	نتیجه گیری
مدیریت دانش	خلق دانش	۰/۰۰۰	۰/۰۵	H۱	نرمال نیست
	ذخیره و نگه داری دانش	۰/۰۰۰	۰/۰۵	H۱	نرمال نیست
	انتقال دانش	۰/۰۰۰	۰/۰۵	H۱	نرمال نیست
	به کار گیری دانش	۰,۰۰۰	۰/۰۵	H۱	نرمال نیست

(منبع: داده های پژوهش)

با توجه به نتایج جدول فوق چون مقدار سطح معنی داری برای تمام مؤلفه ها کوچکتر از مقدار خطای ۰/۰۵ است در نتیجه این متغیرها دارای توزیع غیر نرمال بوده و جهت آزمودن فرضیات از آزمون های ناپارامتریک استفاده می شود. با توجه به نتایج جدول فوق چون مقدار سطح معنی داری برای تمام مؤلفه ها کمتر از مقدار خطای ۰/۰۵ است در نتیجه این متغیرها دارای توزیع غیر نرمال بوده و جهت آزمودن فرضیات از آزمون های ناپارامتریک استفاده می شود. بنابراین از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده می گردد. □

نتایج آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن:

آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن برای فرضیه اصلی

جدول (۸) ضریب همبستگی بین مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی

کارآفرینی سازمانی	متغیر وابسته	
	متغیر مستقل	
۰/۳۱۳	شدت (ضریب همبستگی)	مدیریت دانش
۰/۰۰۰	معنی داری (Sig)	
۷۰	تعداد (N)	

منبع: داده‌های پژوهش

به منظور بررسی رابطه بین مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی از آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شده است. نتایج حاصل از آزمون همبستگی اسپیرمن برای سنجش مقدار همبستگی بین مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی در سطح معناداری $P < 0/01$ برابر با (۰/۳۱۳) است. که این ضریب از نظر آماری معنادار است. لذا آزمون فرض H_0 رد و فرض H_1 یا همان فرضیه اصلی پژوهش مبتنی بر وجود رابطه بین مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی تأیید می‌شود.

آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن برای فرضیه های فرعی

فرضیه اول: به نظر می‌رسد خلق دانش بر کارآفرینی در گروه صنعتی یزد لوله تاثیر دارد.

جدول (۹) ضریب همبستگی اسپیرمن بین خلق دانش و کارآفرینی سازمانی

کارآفرینی سازمانی	متغیر وابسته	
	متغیر مستقل	
۰/۳۹۱	شدت (ضریب همبستگی)	خلق دانش
۰/۰۰۰	معنی داری (Sig)	
۷۰	تعداد (N)	

منبع: داده‌های پژوهش

به منظور شناسایی رابطه بین خلق دانش و کارآفرینی سازمانی از آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شده است. نتایج حاصل از آزمون همبستگی اسپیرمن برای سنجش مقدار همبستگی خلق دانش و کارآفرینی سازمانی در سطح $P < 0/01$ برابر با (۰/۳۹۱) است. که این ضریب از نظر آماری معنادار است. در این آزمون

فرض H_0 رد و فرض H_1 یا همان فرضیه اول پژوهش مبتنی بر وجود رابطه معنی‌داری خلق دانش و کارآفرینی سازمانی تأیید می‌شود.

فرضیه دوم: به نظر می رسد ذخیره و نگه داری دانش بر کارآفرینی سازمان در گروه صنعتی یزد لوله تاثیر دارد. جدول (۱۰) ضریب همبستگی بین ذخیره و نگه داری دانش و کارآفرینی سازمانی

کارآفرینی سازمانی	متغیر وابسته	
	متغیر مستقل	
۰/۳۱۶	شدت (ضریب همبستگی)	ذخیره و نگه داری دانش
۰/۰۰۰	(Sig) معنی داری	
۷۰	(N) تعداد	

منبع: دادهای پژوهش

به منظور شناسایی رابطه بین ذخیره و نگه داری دانش و کارآفرینی سازمانی از آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شده است. نتایج حاصل از آزمون همبستگی اسپیرمن برای سنجش مقدار همبستگی بین دو متغیر ذخیره و نگه داری دانش و کارآفرینی سازمانی در سطح $P < 0/01$ برابر با (۰/۳۱۶) است. که این ضریب از نظر آماری معنا دار است. لذا در این آزمون فرض H_0 رد و فرض H_1 یا همان فرضیه دوم پژوهش مبتنی بر وجود رابطه معنی داری بین ذخیره و نگه داری دانش و کارآفرینی سازمانی تائید می شود.

فرضیه سوم: به نظر می رسد انتقال دانش بر کارآفرینی سازمان در گروه صنعتی یزد لوله تاثیر دارد.

جدول (۱۱) ضریب همبستگی بین انتقال دانش و کارآفرینی سازمانی

کارآفرینی سازمانی	متغیر وابسته	
	متغیر مستقل	
۰/۳۰۳	شدت (ضریب همبستگی)	انتقال دانش
۰/۰۰۰	معنی داری (sig)	
۷۰	تعداد (N)	

منبع: دادهای پژوهش

به منظور رابطه انتقال دانش و کارآفرینی سازمانی از آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شده است. نتایج حاصل از آزمون همبستگی اسپیرمن برای سنجش مقدار همبستگی بین دو متغیر انتقال دانش و کارآفرینی سازمانی در سطح $P < 0/01$ برابر با (۰/۳۰۳) است. که این ضریب از نظر آماری معنادار است. لذا در این آزمون فرض H_0 رد و فرض H_1 یا همان فرضیه سوم پژوهش مبتنی بر وجود رابطه معناداری بین انتقال دانش و کارآفرینی سازمانی تائید می شود.

فرضیه چهارم: به نظر می رسد به کار گیری دانش بر کارآفرینی سازمان در گروه صنعتی یزد لوله تاثیر دارد.

جدول (۱۱) ضریب همبستگی بین به کار گیری دانش و کارآفرینی سازمانی

کارآفرینی سازمانی	متغیر وابسته	
	متغیر مستقل	
۰/۳۰۶	شدت (ضریب همبستگی)	به کار گیری دانش
۰/۱۰۰۰	معنی داری (sig)	
۷۰	تعداد (N)	

منبع: دادهای پژوهش

به منظور رابطه به کار گیری دانش و کارآفرینی سازمانی از آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شده است. نتایج حاصل از آزمون همبستگی اسپیرمن برای سنجش مقدار همبستگی بین دو متغیر به کار گیری دانش و کارآفرینی سازمانی در سطح $P < 0/01$ برابر با $(0/303)$ است. که این ضریب از نظر آماری معنادار است. لذا در این آزمون فرض H_0 رد و فرض H_1 یا همان فرضیه سوم پژوهش مبتنی بر وجود رابطه معناداری بین به کار گیری دانش و کارآفرینی سازمانی تأیید می شود

جدول (۱۲) نتایج آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن متغیرهای پژوهش

نتیجه	ضریب	شدت معنی	فرضیات
-------	------	----------	--------

همبستگی	داری Sig	
تائید	۰/۳۹۱	به نظر می رسد خلق دانش بر کارآفرینی در گروه صنعتی یزد لوله تاثیر دارد.
تائید	۰/۳۱۶	به نظر می رسد ذخیره و نگه داری دانش بر کارآفرینی سازمان در گروه صنعتی یزد لوله تاثیر دارد.
تائید	۰/۳۰۳	به نظر می رسد انتقال دانش بر کارآفرینی سازمان در گروه صنعتی یزد لوله تاثیر دارد.
تائید	۰/۳۰۶	به نظر می رسد به کار گیری دانش بر کارآفرینی سازمان در گروه صنعتی یزد لوله تاثیر دارد.

نتایج آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن نشان می دهد که کلیه ابعاد مدیریت دانش با کارآفرینی سازمانی رابطه معناداری دارند.

نتیجه گیری و بحث: امروزه هر سازمانی نیازمند کسب، خلق، ذخیره و کاربرد دانش، به مثابه یکی از مهم ترین عوامل تعیین کننده ی رشد و بالندگی است. علاوه بر این، سازمان ها به منظور تداوم حیات خود، نیازمند تغییر راهبردهای کسب و کار خود از رقابت مبتنی بر مقیاس به رقابت مبتنی بر سرعت، با استفاده از مزیت رقابتی کاربرد دانش، مهارت، تخصص و فناوری هستند. دانش عامل حیاتی کسب موفقیت در هر تلاشی است. مدیریت دانش شامل گستره ای از راهبردها و رویه هاست که در سازمان به منظور شناسایی، تولید، ارائه، توزیع، و زمینه سازی استفاده از ایده ها و تجربیات بکار می رود. این ایده ها و تجربیات را دانش می گویند که می تواند در ذهن افراد باشد و یا به صورت مجموعه هائی از فرآیندها و روش ها در سازمان مدیریت شود و مورد استفاده همگان قرار گیرد.

در یک تقسیم بندی سازمان ها به سه گروه متمایز از هم تفکیک می شوند: سازمان های مبتنی بر نیروی کار، سازمان های مبتنی بر سرمایه و سازمان های مبتنی بر دانش. در گذشته، سرمایه و نیروی کار محور تاکید سازمان ها قرار داشت اما در حال حاضر دانش از اهمیت و اولویت بالاتری به ویژه برای سازمان های مبتنی بر دانش برخوردار شده است. در سازمان های مبتنی بر دانش اساس کار و مهم ترین منبع ورودی به سازمان «دانش» است که این دانش در فرایند عملیات سازمانی به خروجی هایی متناسب با مدیریت سازمان و نیز برگرفته از دانش سازمان تبدیل می شوند. با توجه به نتایج آزمون کولموگروف_اسمیرنوف توزیع داده ها غیر نرمال اند. آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن نشان می دهد که بین مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی رابطه معنا دار وجود دارد. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل حاکی از آن می باشد که هر یک از شاخص های مدیریت دانش (خلق دانش، ذخیره و نگه داری دانش، انتقال دانش، به کار گیری دانش) بر کارآفرینی سازمانی تاثیر گذارند، اما شدت این تاثیرها متفاوت است. با توجه به نتایج مشخص

شد که خلق دانش تاثیر بیشتری بر کارآفرینی سازمانی نسبت به شاخصهای دیگر بر گروه صنعتی یزد لوله یزد دارد. در نتایج بدست آمده که گروه صنعتی یزد لوله از تفکر کارآفرینی کارکنان استفاده و ذهنیت‌های خلاق را شناسایی کرده منتها، برای بکارگیری از تفکرات کارآفرینانه امکانات و تجهیزاتی لازم است که افکارخلاق را در زمینه تولید و راه اندازی محصولات نوآورانه و جدید همراهی کند و امکانات، سرمایه و زمان لازم را در اختیار افراد خلاق، نوآور و کارآفرین قرار دهد تا خلاقیت و نوآوری که توسط کارآفرینان مطرح شده است را به مرحله نهایی و اجرا کنند.

پیشنهاد‌های پژوهش

- در تجزیه و تحلیل‌ها مشخص شد که این رابطه معنا دار قابل ملاحظه می‌باشد. مدیران و کارکنان باید زمانی که افکار کارآفرینانه که توسط افراد خلاق و ماهر ارائه گردید بتوانند زمینه و امکانات لازم را برای رشد و توسعه ایده ارائه شده فراهم کنند. وجود نیروی انسانی ماهر و متخصص در سازمانها تأکید فراوانی نموده‌اند به طوریکه ناتوانی در جذب پرسنل فنی یکی از مهمترین محدودیت‌های جدی سازمانها در ایجاد محصولات و خدمات دانسته‌اند. بنابراین با توجه به اهمیت این موضوع، سازمان باید سعی کنند افرادی را جذب و استخدام کنند که به جهت گیری بیشتر سازمان به سمت خلاقیت و نوآوری سرعت ببخشند.
- در تجزیه و تحلیل‌ها مشخص شد که این رابطه معنا دار قابل ملاحظه می‌باشد. همچنین ایجاد جوی که در آن اعضای سازمان برای تسهیم دانش خود احساس امنیت کنند از وظایف حائز اهمیت مدیریت خواهد بود. در ادبیات نوآوری، همواره اعتقاد بر اینست که پذیرش مدیریت دانش مستمر منجر به کارآفرینی سازمانی بهتر می‌شود. بیشتر تحقیقات در مدیریت استراتژیک بر پایه این فرض قرار دارد که پذیرش مدیریت دانش منجر به نوآوری در سازمان و منجر به بهبود خواهد شد. همچنین پیشنهاد می‌شود که کار گروهی در سازمانها تشویق شود زیرا در کار گروهی، همه اعضا هم فکر می‌کنند، افراد به این وسیله از همدیگر چیزی یاد می‌گیرند و این خود منجر به تبادل ایده‌ها و نوآوری می‌شود. بنابر این پیشنهاد می‌شود که مدیران سازمانها در فراهم کردن فضای مناسب که محرک پذیرش مدیریت دانش و خلاقیت و نوآوری باشد، کوشا باشند.

منابع

اکرامی، محمود، قلمکاری، مهان، (۱۳۹۵)، ارائه مدل توسعه کارآفرینی بر پایه مدیریت دانش، مجله مدیریت توسعه و تحول، شماره ۲۴، صفحات ۳۳-۴۳.

پیرایش، رضا، مرتضوی، عاطف، (۱۳۹۵)، بررسی نقش مدیریت دانش در گسترش کارآفرینی، ششمین کنفرانس ملی مدیریت، اقتصاد و حسابداری.

رادینگ، آلن. (۱۳۸۳)؛ مدیریت دانش، ترجمه محمد حسین لطیفی، چاپ اول، تهران: انتشارات سمت.

عطوفی نجف آبادی، مریم؛ بنی هاشمی، سید علی؛ (۱۳۹۲)؛ ارائه مدل استقرار مدیریت دانش در صنایع کشور براساس فاکتورهای زمینه ای، مدیریت دولتی، دوره ۵، شماره ۲، ۵۵-۷۲.

موحد زاده، ایوب، (۱۳۸۷)، مدیریت دانش و سازمان های آموزشی، راهکار مدیریت

- <http://hamafza.co>