

توسعه کارآفرینی سازمانی با رویکرد ارتقای مدیریت دانش ؛ مطالعه موردی

نگار بهره‌مند

کارشناس ارشد MBA، negar.bahreman@yahoo.com

09373563553

چکیده

امروزه در اقتصادی دانشی زندگی می‌کنیم. دیگر مانند گذشته، توجه اصلی سازمان‌ها در ماشینی شدن نیست بلکه تأکید اصلی آنها بر هوشمندی، درک مهارتها، دانش و تجارب کارکنان است. بدون شک تأکید بر دانش، نتایج شگرفی را در پی داشته است؛ ظهور کلماتی چون سرمایه‌های دانش محور، کارکنان دانشی، بازار دانشی و... حکایت از این پدیده مهم دارد. پژوهش حاضر به توسعه کارآفرینی سازمانی با رویکرد ارتقای مدیریت دانش پرداخته است. جامعه آماری این پژوهش شرکت فرآورده های گوشتی تهران به تعداد ۳۵۰ نفر می‌باشد که از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شده است. ابزار پژوهش شامل پرسشنامه مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی بوده است. تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده با کمک نرم افزار اس پی اس انجام شده است. بررسی نتایج نشان داد که مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی تأثیر معناداری دارد و نوع رابطه آنها مثبت و مستقیم می‌باشد. همچنین هر چهار مؤلفه مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی تأثیر معناداری داشته و از بین آنها کاربرد و تسهیم دانش دارای بیشترین تاثیر کارآفرینی سازمانی هستند.

واژه های کلیدی: دانش، مدیریت دانش، کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی، کسب و کار

مقدمه

عصر ما عصر شتاب، سرعت، دگرگونی و تغییر است. موج این تغییرات زندگی همه ما را نیز خواسته یا ناخواسته تحت تاثیر قرار می دهد. از این رو جامعه ای در جهت سازگاری با تغییرات و رقابت جهانی پیشتاز خواهد شد که از نیروی انسانی ماهر و متخصص، خلاق و خود باور برخوردار باشد. در این روحیه نوین کشور ما بیش از هر زمان دیگر نیازمند یک نظام آموزشی پویا و متریقی است. رشد سریع جمعیت و افزایش نرخ بیکاری به ویژه در میان فارغ التحصیلان مقطع متوسطه و محدودیت ظرفیت دانشگاه ها در پذیرفتن دانش آموزان این مقطع چالشهایی است که جامعه ما درگیر آن است در شرایط کنونی یکی از عواملی که سبب دگرگونی چهره اقتصادی، اجتماعی و صنعتی یک کشور می شود فعالیت های کارآفرینانه و برخورداری از روحیه کارآفرینی است. از این رو در این عرصه نوین رقابتی جامعه ای پیشتاز است که از دانش آموختگانی برخوردار باشند که بتوانند با خلاقیت و پویایی منابع تولید را گردآوری کنند و با کوششهای خلاقانه خود به کسب و کار بپردازند و کارآفرین باشند.

کارآفرینی سازمانی به توانایی یک سازمان جهت یادگیری از طریق کشف دانش جدید و بهره برداری از دانش موجود متکی است. فرآیندهای یادگیری به سرمایه های فکری یک سازمان به خصوص سرمایه های اجتماعی و انسانی بستگی دارد. از آنجایی که کارآفرینی سازمانی یک طرح یک بعدی نمی باشد، چالش با اهمیتی برای محققانی که به دنبال کسب نتایج از این تحقیقات هستند وجود دارد. بر طبق تعریف میلر، کارآفرینی سازمانی به عنوان فعالیتهایی که یک سازمان به منظور افزایش نوآوری محصولات، ریسک پذیری و واکنش مناسب به نیروهای محیطی انجام می دهد، اطلاق می شود. تعداد زیادی از محققان کارآفرینی سازمانی را به عنوان روشی جهت ارائه یک گزینه استراتژیک برای تصفیه مفاهیم تجاری، جهت روبرو شدن با تقاضای مشتری و انتظارات او و جهت ارتقای موقعیت رقابتی خود تعریف می کنند.

برای دستیابی به این موفقیت در عصر عدم اطمینان پی گفته، سازمان باید مهم ترین منبع و عامل رقابتی خود، یعنی دانش نیروی انسانی را بکار گیرد. اساسی ترین مشخصه سازمان های هوشمند در قرن بیست و یکم، تأکید بر دانش و اطلاعات است. دانش ابزار قدرتمندی است که می تواند تغییرات را در جهان به وجود آورده و نوآوریها را ممکن سازد (محمدی فاتح، سبحانی و محمدی، ۱۳۸۷). دانش معنا و مفهومی است که از فکر پدید آمده است و تنها از طریق این مفهوم است که اطلاعات، حیات یافته و به دانایی تبدیل می شوند (ریچ، ۲۰۰۴). به کارگیری شیوه های سنتی مدیریت در چنین شرایطی، منجر به از بین رفتن حس ابداع و نوآوری کارکنان، افزایش حجم کار و محدودیت برای کارکنان می گردد. دانش در اذهان کارکنان وجود دارد و تا زمانی که مدیریت نگردد نمی تواند ارزش افزوده یا مزیت رقابتی خاصی را برای سازمان ایجاد نماید. خمیر مایه اصلی خلاقیت و نوآوری و به طور کلی کارآفرینی برخورداری از دانش کافی در حوزه های مربوطه است. بدو شک مدیریت دانش باگردآوری، سازمانی، نگهداری و تسهیم و کاربرد دانش موجبات پیدایش ایده و افکار جدید را فراهم خواهد نمود. هسته اصلی مدیریت دانش کسب دانش مناسب برای افراد مناسب در زمان و ساختار مناسب است.

مدیریت دانش را می توان در یک تعریف ساده چنین معرفی نمود: مدیریت دانش رشته ای علمی است که شیوه برخورداری از حمایت دوجانبه را برای ایجاد، تصرف، سازماندهی و استفاده از اطلاعات تشویق و تقویت می کند و در تعریفی دیگر، مدیریت دانش مطالعه استراتژی، فرایند و فناوری به منظور کسب، انتخاب، سازماندهی، تصمیم و کاربرد تخصصها و اطلاعات حیاتی برای کسب و کار جهت بهبود کیفیت تصمیم گیری و بهره وری سازمان است (تائین و پنگ، ۲۰۰۷). کینگ و همکاران (۲۰۰۸) مدیریت دانش را یک فرایند ساختارمند، برای خلق، کسب، تسهیم، انتقال و به کارگیری دانش ضمنی و عینی به عنوان دارایی سازمانی برای تشویق نوآوری تعریف کرده اند (کینگ و چانگ، ۲۰۰۸). در یک سطح کلی، مدیریت دانش را می توان به عنوان مجموعه ای از فرایندها تعریف کرد که ناظر بر خلق، اشاعه و بهره گیری از دانش است. این تعریف مستلزم خلق ساختارهای سازمانی، حمایتی، تسهیل روابط اعضا، استفاده از ابزارهای تکنولوژی اطلاعات در شبکه و توضیح دانش است (گاپتا و شارما، ۲۰۰۸).

غالباً مدیریت نامناسب دانش به سادگی سبب از بین رفتن احتمال توسعه موفق کارآفرینان می شود (لیتون، ۲۰۰۰). مدیران می توانند به طرق مناسب با بهبود بخشیدن محیط آموزشی و ایجاد فضای سازمانی مطلوب، فرصتی مناسب و مقتضی برای رشد روحیه کارآفرینی در کارکنان ایجاد کنند تا از این طریق روحیه کارآفرینی و رفتار کارآفرینانه بر کل جامعه حاکم شود و کشور به سمت و

سوی کارآفرینی پیش برود. با توجه به تغییر و تحولات سریعی که در حال حاضر جامعه ما شاهد آن می باشد، نظام آموزشی جامعه با مسایل و مشکلات زیادی روبروست. لذا برای برخورد صحیح با این مشکلات و ارایه راه حل های موثر و مفید، نیازمند افراد دانا، مبتکر و خلاق می باشد، فکرهای توانایی که قادر باشند با ایجاد تدابیر و شیوه های مناسب، زمینه های لازم را برای پیشرفت و ترقی دانش آموزان از طریق حل مشکلات درسی آنها در کلاس درس و محیط آموزشی فراهم کنند. بنابراین داشتن مدیرانی خلاق و نوآور در نظام آموزشی بسیار مهم و حیاتی است زیرا با توجه به نیاز و وابستگی افراد جامعه به دانشگاه می تواند نقش زیادی در پرورش تفکر خلاق و افراد کاوشگر و مشکل گشا ایفا کند. محیط آموزشی با مدیریت موثر دانش می تواند قدرت اندیشه و مهارت های ذهنی دانشجویان را چنان تقویت کند که به راحتی بتوانند برای دست یافتن به راه حل های مناسب و واقع بینانه به خلق ایده های نو بپردازند. بر این اساس در پژوهش حاضر به بررسی رابطه مدیریت دانش و توسعه کارآفرینی در دانشگاه پرداخته می شود. برای اندازه گیری متغیرهای تحقیق از مدل نیومن جهت سنجش مدیریت دانش و از مدل انتونیک و هیسریچ برای اندازه گیری کارآفرینی سازمانی استفاده می شود. سوال اصلی پژوهش عبارت است از اینکه چه رابطه ای مدیریت دانش و کارآفرینی در دانشگاه های فنی و حرفه ای شهر تهران وجود دارد.

مبانی نظری پژوهش

مزیت پایدار دانش

رشد اطلاعات و دانش در سال های اخیر بسیار سریع بوده است و از این منظر عصر حاضر را عصر انفجار اطلاعات نامیده اند، به طوری که 80 درصد یافته های فن آوری و دانش و 90 درصد تمام دانش ها و اطلاعات فنی جهان در قرن بیستم تولید شده است. این در حالی است که در هر پنج سال و نیم حجم آن دو برابر می گردد از سوی دیگر بسیاری از آنها در کمتر از 4 سال کهنه می شوند (افرازه، 1382).

دانش برخلاف محصولات جدید، می تواند موجب مزیت پایدار باشد. در نهایت همه رقبا، بها و کیفیت کالاهای خود را به حد مطلوب رایج در بازار و به سطح کیفیت و قیمت های شرکت های پیشرو می رسانند، ولی شرکتهای برخوردار از مدیریت دانش و غنای علمی، خود را به پله ای بالاتر رسانده و به درجه بالاتری از کیفیت، ابداع و کارآیی خواهند رسید. مزایای ناشی از توجه به دانش، پایدار هستند، زیرا هم سود بیشتری عاید شرکت می کنند و هم می توانند به صورت رویه ای خاص ادامه یابند. برخلاف سرمایه های مادی که در صورت استفاده از ارزش آنها کاسته می شود، ارزش سرمایه دانشی به همراه استفاده از آنها افزایش می یابد. تفکرات جدید باعث پیدایش تفکراتی جدیدتر شده و تسهیم دانش در حالی که مالک آن، دانش خود را از دست نمی دهد، دریافت کننده را نیز غنی تر می سازد (جورف، 1999). این امر مبین مزیت پایدار مدیریت دانش است.

مدیریت دانش؛ نگاهی گذرا

در دسته بندی ای که از سوی صاحب نظران کسب و کار ارائه می شود، دهه 1980 دهه جنبش کیفیت، دهه 1990 دهه مهندسی مجدد، و دهه 2000، دهه مدیریت دانش لقب گرفته است. اصطلاح مشهور برای معرفی این دوره «اقتصاد ایده¹» است. اقتصاد ایده اغلب به پتانسیل نامحدود برای رشد و موفقیت های اقتصادی اشاره دارد که بر اساس آن نوآوری های جدید و تولیدات مبتنی بر دانش امکان پذیر می گردد. این فرآیند از اکثر جنبه های اقتصادی سنتی که محدود بودن افزایش فرصتها را بر اساس اصل ندرت منابع فیزیکی، نیروی کار موجود، سرمایه و غیره تصور می کند، متمایز می شود. در قیاس با تئوری های اولیه، اقتصاد ایده بیشتر به توضیح افزایش کیفیت زندگی و تولید ثروت می پردازد (کلی، 1996).

در حال حاضر بتدریج افراد و سازمانها به نقش بسیار مهم دانش در محیط های رقابتی پی برده اند و این پدیده در مدت زمان نسبتاً کوتاهی جایگاه خود را در بین سایر منابع تولید ثروت تثبیت نموده است. بر همین اساس بسیاری معتقدند که مدیریت دانش می تواند به طور موثری در شرایط کنونی برای فعالیت های تخصصی بکاربرده شود (نوردین و دیگران، 2009: 8). با این وجود، اغلب سازمان ها

¹-Economics of idea

فایده‌های استراتژی‌هایی برای مدیریت دانش بوده‌اند. سال ۱۹۸۰ شاهد توسعه سیستم‌های مبتنی بر مدیریت دانش است. این مهم متکی بر تحقیقاتی است که در حوزه سیستم‌های خبره و هوش مصنوعی انجام گرفته است. در سال ۱۹۸۹ اولین مقالات و کتب مرتبط با مدیریت دانش منتشر گردید. تا سال ۱۹۹۰ تعدادی از شرکت‌های مشاوره، برنامه‌های مدیریت دانش را شروع کردند. تا اواسط دهه ۹۰ ابتکارات در زمینه مدیریت دانش بواسطه اینترنت در حال اوج‌گیری بود و در سال ۱۹۹۵ جامعه اروپا خواستار اختصاص بودجه به پروژه‌های تحقیقاتی مدیریت دانش شد. میزان هزینه مدیریت دانش در سال ۱۹۹۸ برابر ۷۷۶ میلیون دلار و این رقم در سال ۲۰۰۳ به ۸ میلیارد دلار رسید.

در قرن جاری شرکت‌هایی موفق خواهند بود که در حوزه دانش و مدیریت آن سرآمد باشند. نوناکو (۱۹۹۸) در مقاله‌ای در مجله کسب و کار هاروارد می‌گوید: "در اقتصادی که تنها اطمینان موجود، عدم اطمینان است، تنها منبع مطمئن برای ایجاد مزیت رقابتی پایدار، دانش است" (فاتح و سایرین ۱۳۸۷). مدیریت دانش با تأکید بر اهمیت انسانها و رفتار و فرهنگ کاری آنها به جای تأکیدهای فناورانه مدیریت اطلاعات آغاز می‌شود و چارچوب معماری آن از دو بعد اجتماعی و فنی تشکیل شده است. مدیریت دانش هنوز هم در طفولیت خود در صنایع قرار دارد و ساختار و فرایندهای آن بطور کافی توسعه نیافته است (پاتریکس و سونیا، ۲۰۰۹).

برخلاف دیگر تکنیک‌ها، تعریف مدیریت دانش اغلب آسان نیست زیرا حوزه وسیعی از مفاهیم، وظایف مدیریتی، تکنولوژی‌ها و اقدامات را با خود به همراه دارد. مدیریت دانش، مجموعه‌ای از فرایندها برای فهم و به کارگیری منبع استراتژیک دانش در سازمان است. مدیریت دانش رویکردی ساخت یافته است که رویه‌هایی را برای شناسایی، ارزیابی و سازماندهی، ذخیره و به کارگیری دانش به منظور تأمین نیازها و اهداف سازمان برقرار می‌سازد (جعفری و کلانتر، ۱۳۸۲). از نظر اسکولتز مدیریت دانش عبارت است از چالش کشف دانائی‌های فردی و تبدیل آن به یک موضوع اطلاعاتی است به نحوی که بتوان آن را در پایگاههای اطلاعاتی ذخیره کرد، با دیگران مبادله نمود و در فرایند کارهای روزمره به کار گرفت (زاهدی، ۱۳۸۱). در تعریف دیگری آمده است که مدیریت دانش راهی است که سازمان‌ها دانش را ایجاد، کسب، طبقه‌بندی، اصلاح، تسهیم و منتشر می‌کنند. در تعریفی دیگر، این مفهوم به عنوان روشی برای تبدیل داده‌های خام به اطلاعات رمز گردانی شده و سپس تفسیر آن اطلاعات به دانش مفید تعریف شده است (مارک رسنیک، ۲۰۰۲). دو هدف عمده مدیریت دانش را می‌توان بدین صورت بیان نمود؛ هوشمندانه نمودن تا سر حد امکان عمل یا فعالیت موسسه جهت بقا و موفقیت کلی و دیگری، درک و فهم ارزش بهترین دارائی‌های دانشی سازمان یعنی سرمایه‌های انسانی (ویگ و چرمن، ۱۹۹۷).

کارآفرینی سازمانی^۱

تا اوایل دهه ۱۹۷۰ تحقیقات در زمینه کارآفرینی بر اقدامات یا ویژگی‌های افراد متمرکز بود. محققان متعاقباً تشخیص دادند که خود سازمان‌ها نیز مبادرت به فعالیتهای کارآفرینانه می‌نمایند (Jennings, 1994, burglemann, 1983, miller&freisen, 1982). این امر باعث شکل‌گیری ایده کارآفرینی سازمانی گردید. کارآفرینی سازمانی مفهومی است که بر سازمان نه بر افراد، و بر فرهنگ‌ها و فرایندهای سازمانی متمرکز است (Cornwall&Perlman, 1990, Jennings, 1994).

کارآفرینی به معنی اکتشاف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصتها، از طریق ایجاد کالاها و خدمات نوین است (shane&venkataraman, 2000). و کارآفرینی به عنوان فرایندی تعریف شده است که میتواند در همه سازمانها، در هر اندازه و هر نوعی، محقق گردد (burglemann, 1983, gartner, 1985, drucker, 1985, kao, 1989). یک سازمان کارآفرین به عنوان سازمانی در نظر گرفته میشود که مبادرت به فعالیتهای نوآورانه نموده تا بتواند قابلیت‌ها و توانمندیهای متمایزی بدست آورد. کارآفرینی سازمانی به مثابه احیا و بازسازی سازمانهای موجود در نظر گرفته میشود، و کارآفرینی به عنوان ابزاری برای توسعه و بهبود کسب و کار، افزایش درآمد و سودآوری، پیشگامی در ایجاد و توسعه محصولات، خدمات و فرایندهای جدید مورد استفاده قرار می‌گیرد.

¹ - Intrapreneurship

گيرد (kuratko,etal,1990,lumpkin,dess,1996,miles &covin,2002,Zahra,1991,Zahra&et al,1999) و اين مطلب كه كارآفريني سازماني بر اساس نظر هيتون^۱ بر توانايي يك سازمان در يادگيري از طريق جستجوي دانش هاي جديد و بهره گيري از دانش موجود مبتني است. اين فرايندهاي يادگيري بر سرمايه فكري سازمان وابسته است (hayton,2005). همچنين جنينگز و لامپكين كارآفريني سازماني را به عنوان ميزان ايجاد و توسعه محصولات و بازارهاي جديد تعريف کرده اند (Jennings&lumpkin,1989). بطور كلي ميتوان گفت كارآفريني سازماني به انجام فعاليتهاي كارآفرينانه در يك يا چند سازمان موجود اشاره دارد. (burglemann,1983,Hornsby,et al,2002,srivastava&lee,2005)

اما آنتونيك و هيسريچ^۲ (۲۰۰۳) با توجه به بررسي هايي كه انجام دادند، هشت بعد را براي كارآفريني سازماني بر شمرده اند. آنها بر اين عقیده اند كه كارآفريني سازماني بايستي به عنوان مفهوم چند بعدی، (با هشت بعد) متمايز ، ولی در حین حال مرتبط نگريسته شود. اين ابعاد عبارتند از:

- ۱- ايجاد شرکتهای یا واحدهای مستقل ۲- کسب و کار جديد ۳- نوآوری در محصول و خدمات، ۴- نوآوری در فرآیند ۵- خود تجديدي ۶- ريسک پذيري ۷- پيشگامي ۸- رقابت تهاجمي

در تحقيق حاضر بنا بر نظر متخصصان سازماني جامعه آماری مورد نظر و به دليل رعايت تناسب و موضوعيت بيشتر با مقوله عوامل سازماني مدیریت دانش و نیز حسب تاييد همکاران پژوهشی، سه بعد از ابعاد مدل كارآفريني سازماني آنتونيك و هيسريچ به دليل تحديد نمودن مسأله تحقيق به عنوان ابعاد كارآفريني سازماني به شرح جدول ۳ در نظر گرفته شده است.

جدول شماره ۱: ابعاد كارآفريني، تعاريف و زمينه های تئوريكي آنها منبع: (Antonic-Hisrich, 2003)

Stopford and Baden-fuller (1994), Zahra (1991), Rule and Irvin (1988)	پی گیری و ورود به کسب و کارهای جديد كه در ارتباط با بازارها و محصولات فعلی اس	كسب و کار جديد
Knight (1997), Damanpour (1996), Zahra (1993), Schollhamer (1982), Tushman and Anderson (1997)	خلق و ايجاد محصولات و خدمات جديد.	نوآوری در محصول و خدمات
Zahra (1993), Covin and Slevin (1991), Schollhamer (1982), Burgelman and Rosenblom (1997)	نوآوری در تكنيکها و رويه های توليد.	نوآوری در فرآیند

ايجاد کسب و کارهای جديد^۳:

واحدهای جديد ويژگي برجسته كارآفريني سازماني است، كه می توانند منتج به ايجاد کسب و کارهای جديد در درون سازمان شوند (stopford baden-fuller,1994). در شرکتهای تاسيس يافته بزرگ و کوچک واحدهای تاسيس يافته جديد می توانند شامل: تشكيل واحدهای خيلي رسمي مستقل يا نيمه مستقل باشند كه به كارآفريني پرورشگاهی^۴ مشهور شده. اين نهادهای مستقل می توانند در درون يا بيرون از حوزه سازمان قرار گيرند (antonic,hisrich,2003:12). به طور كلي در تمامی سازمانها و بدون توجه به اندازه آنها کسب و کار جديد به منزله ورود به کسب و کارهای جديد با ساختار فعلی و بدون ايجاد سازماني جديد محسوب می گردد (همان منبع).

نوآوری در فرآیند و محصول/خدمات^۵:

بر عكس بعد قبلی اين بعد از كارآفريني سازماني مربوط به نوآوری خدمات يا محصول با تأكيد بر توسعه و نوآوری در تكنولوژی است. كارآفريني سازماني شامل ايجاد محصول جديد، بهبود آن رويه ها و روشهای نو توليد می باشد. نایت^۶ (۱۹۹۷) توسعه يا ارتقاء

6 hayton

2 Antonic- Hisrich

3 new ventures and new business

4 Incubation

5- Product/ service Innovativeness and Process Innovativeness

6- Knight

محصولات و خدمات و همچنین فنون و تکنولوژیها در تولید را به عنوان بخشی از نوآوری سازمانی قرار داده (نایت، ۱۹۹۷) و زهرا^۱ (۱۹۹۳) نوآوری محصول و کارآفرینی تکنولوژیکی را به عنوان نمود نوآوری شرکتهای تولیدی در نظر می گیرد (Zahra, 1993). می توان معرفی محصولات جدید را از معرفی عناصر جدید به فرایند تولید سازمان متمایز کرد. طبق این تمایز و خلاف تحقیقات قبلی در مورد کارآفرینی سازمانی، بعد نوآوری محصول/خدمات از بعد نوآوری فرایند متمایز شده است.

مروری بر تحقیقات پیشین؛ مدل مفهومی پژوهش

- گلرد و امامی صالح (۲۰۱۱) در مطالعه ای به بررسی عوامل زمینه ای موثر بر گرایش دانشجویان به کارآفرینی پرداختند. نتایج این تحقیق نشان داد که عواملی چون حمایت های دانشگاهی، حمایت های ساختاری، شبکه های رسمی و غیر رسمی برگرایش دانشجویان به کارآفرینی موثر هستند.

- بنی هاشمیان و همکارش (۱۳۸۹) به بررسی رابطه سبک رهبری و هوش هیجانی مدیران پرداختند و در مطالعه خود اثر هوش هیجانی مدیران را بر رضایت شغلی کارکنان نیز ارزیابی نمودند. نتیجه بدست آمده نشان داد بین سبک رهبری مدیران و هوش هیجانی آنها رابطه وجود دارد و این امر بر رضایت شغلی کارکنان موثر خواهد بود.

- گل پرور و خاکسار (۱۳۸۹) در تحقیق خود به بررسی رابطه هوش هیجانی با عملکرد شغلی کارکنان پرداختند نتیجه بدست آمده در این تحقیق که در کارخانجات صنعتی اصفهان انجام گرفت نشان داد با افزایش هر یک از ابعاد پانزده گانه هوش هیجانی به طور نسبی عملکرد در حوزه های عمومی، فنی و بین فردی بالا می رود

منتظر غیب و همکارانش (۱۳۸۸) به بررسی رابطه هوش هیجانی و میزان کمرویی در بین دانشجویان پرداخت. مطالعه وی که بر روی جمعی از دانشجویان دانشگاه صنعتی شریف انجام شد نشان داد که بین این دو متغیر رابطه همبستگی وجود ندارد

- بارانی و همکارانش (۱۳۸۸) به بررسی دلایل گرایش کارآفرینان به کارآفرینی پرداختند در مطالعه آنان که در استان کرمانشاه و در دانشگاه های علمی و کاربردی انجام شد دلایل دانشجویان از گرایش به کارآفرینی، نگرش به کارآفرینی، هنجارهای جامعه و باور به خود کارآمدی معرفی شد

رضائیان و عبدالهی (۱۳۸۷) نشان دادند که بین هوش هیجانی کارکنان و تعهد سازمانی رابطه وجود دارد. نتیجه بدست آمده نشان می دهد بین ابعاد چهار گانه هوش هیجانی (خودآگاهی، آگاهی اجتماعی، خود مدیریتی و مدیریت روابط) متغیر مدیریت روابط بیشترین اهمیت را در هوش هیجانی دارد

مزینانی (1386) به بررسی رابطه بین هوش هیجانی و استرس در مدیران آموزش و پرورش پرداخت . وی دریافت که هوش هیجانی استرس های زندگی را بهتر کنترل می کند و با کاهش استرس منجر به استفاده بهینه از زمان می شود .وی توان افراد را مؤلفه ای ضروری برای تغییر محیط های کاری تنش زا و ترک نکردن این محیط کار دانست

حسنخویی (1385) در تحقیقی به این نتیجه رسید که بین هوش هیجانی با رضایت شغلی رابطه معنی داری وجود دارد .از سوی دیگر، زنان و مردان در خودآگاهی، خودکنترلی و مهارت اجتماعی با یکدیگر تفاوت ندارند، اما زنان نسبت به مردان هوش هیجانی و همدلی بیشتری دارند .وی اشاره میکند که میتوان برای افزایش رضایت شغلی از مهارتهای هوش هیجانی در محیطهای آموزشی استفاده کرد

صمدی و همکارانش (۱۳۸۵) به بررسی رابطه جو سازمانی مدرسه با گرایش دانش آموزان به کارآفرینی پرداختند. مطالعه آنان نشان داد که شاخص های روحیه کارآفرینی در بین دانش آموزان بیشتر از حد متوسط است. و برخی از شاخص های روحیه کارآفرینی با شاخص های جو سازمانی رابطه دارند. شایان ذکر است نمونه انتخابی در این مطالعه تعداد ۱۵۰ نفر از دانش آموزان مدارس اصفهان می باشد

¹ - Zahra

حسین عسگری پور و همکاران در تحقیق خود با عنوان به بررسی تاثیر مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی در سازمان های کارآفرین پرداخته اند. هدف از این تحقیق بررسی تاثیر مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی می باشد، در این تحقیق از بین شاخص های متعدد مدیریت دانش، چهار شاخص اشتراک و تسهیم دانش، خلاقیت سازمانی، یادگیری سازمانی و مدیریت منابع انسانی را به عنوان متغیرهای مستقل تحقیق انتخاب و تاثیر آن ها را بر افزایش کارآفرینی سازمانی به عنوان متغیر وابسته تحقیق مورد بررسی قرار گرفته است. با انجام تحلیل آماری بر روی داده های جمع آوری شده، مشخص گردید که تمامی شاخص های فوق تاثیر مثبتی بر کارآفرینی سازمانی دارند. نتایج نشان می دهد که با اتخاذ سیاست های درست و قرار دادن 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 می توان سازمان را در جهت کارآفرین شدن هدایت کرد (عسگری پور و دیگران، ۱۳۹۱).

تسلیمی، منوریان و آشنا در پژوهش خود به بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی درون سازمانی پرداخته اند. هدف اصلی این تحقیق، بررسی رابطه کارآفرینی درون سازمانی و سرمایه اجتماعی در یک شرکت صنعتی می باشد. روش تحقیق، توصیفی و از نوع همبستگی بوده و جامعه آماری این تحقیق نیز شامل 151 مدیر از یک شرکت صنعتی می باشد که با توجه به نمونه گیری صورت گرفته، 89 نفر از این تعداد آنها به عنوان نمونه انتخاب شدند. نتایج تحقیقات حاکی از آن است که بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن یعنی شناختی و ساختاری (با کار آفرینی درون سازمانی رابطه ای مثبت وجود دارد. به عبارتی روشن تر، با افزایش سرمایه اجتماعی کارآفرینی درون سازمانی افزایش می یابد) (تسلیمی، منوریان و آشنا، ۱۳۸۵).

مدهوشی و ساداتی در پژوهش خود به بررسی اثرگذاری فرایند مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی پرداخته اند هدف این پژوهش بررسی اثرگذاری فرایندهای مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی است، تا از این رهیافت جایگاه کارآفرینی در طراحی الگوی مدیریت دانش برای سازمانهایی که قصد ورود به این حوزه را دارند، مشخص شود. برای این پژوهش، از پرسش نامه ی طیف لیکرت استفاده شد، که پس از نمونه گیری تصادفی، تعداد 213 عنوان کسب و کار کوچک و متوسط شهرک های صنعتی شرق مازندران بررسی شد. تجزیه و تحلیل داده های پژوهش با انجام شده است. پایایی سازه با ضریب آلفای LISREL و SPSS 8.5 استفاده از نرم افزار 16 کرونباخ برابر 0,939 و روایی آن به وسیله تحلیل عاملی تاییدی مورد تایید قرار گرفت. یافته های پژوهش نشان میدهد که تسهیم دانش به صورت مستقیم (0,46) و غیرمستقیم (0,38) و به کارگیری دانش به صورت مستقیم (0,59) بر روی فرایند کارآفرینی سازمانی اثرگذاری معناداری دارند. اما اثرگذاری مستقیم گردآوری دانش تأیید نشد. از سوی دیگر، اثرگذاری غیرمستقیم گردآوری دانش بر کارآفرینی سازمانی با تسهیم (0,15) و به کارگیری دانش (0,12) تأیید شد (مدهوشی و ساداتی، ۱۳۹۰).

ناظم، کریم زاده و قادری در تحقیق خود با عنوان بررسی رابطه مدیریت دانش و سلامت سازمانی با کارآفرینی کارکنان در سازمان تامین اجتماعی به بررسی ارتباط مدیریت دانش و سلامت سازمانی با کارآفرینی کارکنان پرداختند. این پژوهش از نوع کاربردی و توصیفی - همبستگی بود و جامعه آماری آن شامل ۲۰۰ 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 گردید. نتایج ضریب همبستگی پیرسون، رگرسیون چند متغیره، تحلیل واریانس یکطرفه نشان داد که بین متغیر مدیریت دانش و سلامت سازمانی و کارآفرینی کارکنان رابطه معنی داری وجود دارد. بین سلامت سازمانی و کارآفرینی کارکنان رابطه معنی داری وجود دارد. بین میزان کارآفرینی کارکنان بر اساس سطوح مختلف تحصیلات و سنوات خدمت تفاوت معنی داری وجود دارد (ناظم، کریم زاده و قادری، ۱۳۸۹).

ایشاک و همکارانش (۲۰۱۰) به مقایسه هوش هیجانی معلمان در مدارس دائمی و مدارس پاره وقت پرداختند. این تحقیق نشان داد معلمانی که در مدارس پاره وقت تدریس می کنند و کلاس دائمی ندارند از هوش هیجانی بالایی نسبت به سایرین برخوردارند اریچ و همکارانش (۲۰۰۹) در تحقیقات خود نشان دادند بین عواملی چون گرایش به تغییر، تمایل به کسب درآمد، تمایل به رقابت، حمایت های دانشگاهی، حمایت های دولتی و موانع محیطی با گرایش دانشجویان به کار آفرینی رابطه وجود دارد زامپیترس و همکارانش (۲۰۰۸) به بررسی رابطه هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی پرداختند و بیان داشتند که با افزایش هوش هیجانی کارکنان کارآفرینی سازمانی افزایش می یابد و در این رابطه حمایت سازمانی نیز می تواند موثر باشد

تروکر و همکارانش (۲۰۰۸) به بررسی عوامل موثر به گرایش دانشجویان به کارآفرینی پرداختند. آنان عواملی چون حمایت‌های ساختاری، حمایت‌های دانشگاهی، اعتماد به نفس و ایجاد روابط مناسب را بر گرایش دانشجویان به کارآفرینی موثر دانستند. کسپر در سال ۲۰۰۷ در تحقیقی به این نتیجه رسید که بین هوش هیجانی مدیران و متغیرهای سن، سطح تحصیلات، پست سازمانی و نقش‌های شغلی رابطه معنی داری وجود ندارد. از سوی دیگر، بین هوش هیجانی و رضایت شغلی رابطه معنی داری وجود ندارد. ملیت ۲۰۰۷ در تحقیقی به این نتیجه رسید که رابطه بین هوش هیجانی و رضایت شغلی در بین افسران پلیس معنی دار نیست. بین مؤلفه مدیریت استرس، هوش هیجانی با رضایت شغلی، رابطه منفی و ضعیف و بین مؤلفه‌های سازگاری و خلق و خوی عمومی، هوش هیجانی با رضایت شغلی، رابطه مثبت و ضعیفی وجود دارد، ولی این روابط معنی دار نیستند. اسلاسکی و کاتریت (۲۰۰۲) در تحقیقی روی ۲۲۰ نفر از مدیران مدارس به این نتیجه دست یافتند که هوش هیجانی عملکرد را در حوزه‌های مختلف مدیریتی و کارهای گروهی افزایش می‌دهد. آنها این حوزه‌های مدیریتی را عبارت از مدیریت تعارض، مدیریت استرس، مدیریت بحران و زمان دانسته و دریافتند بین هر کدام از این حوزه‌ها با هوش هیجانی رابطه مثبتی وجود دارد. امروزه با پیچیدگی رقابت، کارآفرینی به عنوان یکی از مزیت‌های اصلی برای حیات شرکت‌ها محسوب می‌شود. همه شرکت‌ها برای بقا نیاز به ایده‌های نو و بدیع همچون روح در کالبد سازمان دمیده می‌شود و آن را از نیستی و فنا نجات می‌دهد. ظهور نوآوری در دانش نه تنها سازمان را قادر می‌سازد نسبت به رقبا مزیت رقابتی بدست آورند بلکه ابزار سودمندی برای ارتقای عملکرد سازمانی را ارائه می‌کند. دانش به عنوان منبع عمده‌ای برای کارآفرینی و بهره‌وری سازمانی از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار است. هدف عمده مدیریت دانش ایجاد و سازماندهی محیطی است که در آن افراد دانش خود را توسعه داده، با یکدیگر تبادل نموده، دانش دیگران را با دانش خود ترکیب کرده و نهایتاً آن را به کار ببندند. از این رو مدیریت دانش به نوبه خود باعث کارآفرینی می‌شود و آن را منبع و مرجع اصلی نوآوری و کارآفرینی دانسته‌اند.

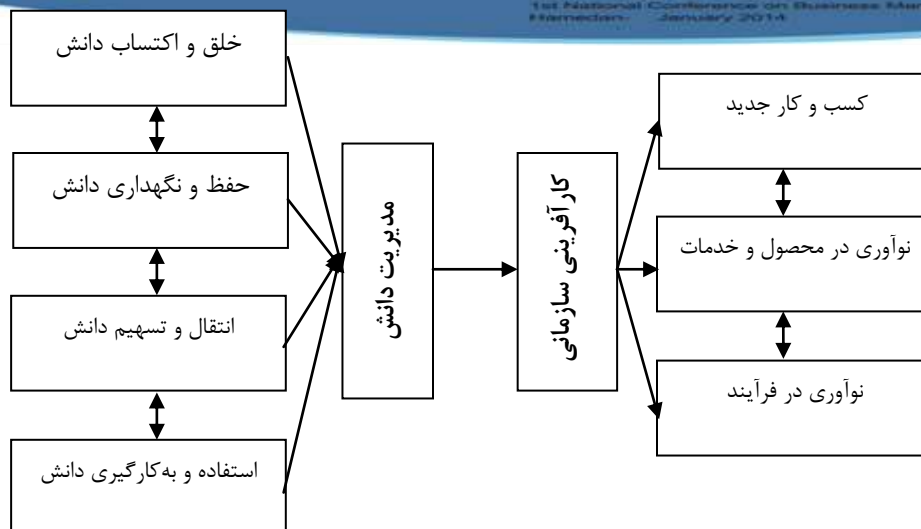
کارآفرینی سازمانی محیطی است که در آن زمینه‌های خلاقیت و نوآوری کارکنان شکوفا می‌شود و فناوری‌هایی چون فن‌آوری ارتباطات و اطلاعات به واسطه ارائه به موقع و توزیع یکنواخت در سازمان این محیط را شکوفا می‌سازد.

در پاسخ به این پرسش که چرا اطلاعات در کارآفرینی سازمانی مهم است باید بیان شود که اطلاعات ضمن ارزشمندی ذاتی و همیشگی، به لحاظ ایجاد آگاهی و دانش، موجب بروز رفتارهای سنجیده و اتخاذ تصمیمات منطقی و صحیح می‌گردد. (علم بیگی و همکاران، ۱۳۸۸)

دانش سازمانی و کارآفرینی در دنیای پرشتاب معاصر، فرصت مناسبی است برای سازمان‌هایی که به خوبی آن را نمی‌شناسند و به کار می‌گیرند. در عین حال تهدیدی جدی برای سازمان‌هایی است که به تحولات محیطی کم توجه بوده و آن را نمی‌شناسند. در حال حاضر مدیریت دانش و کارآفرینی یک مفهوم جدید و پرتطرفدار محسوب می‌شود و فرآیندی است که به سازمان کمک می‌کند تا اطلاعات و تخصص‌های مهمی که قسمتی از حافظه سازمان هستند و معمولاً به یک حالت بدون ساختار در سازمان وجود دارند، شناسایی، انتخاب، سازماندهی، توزیع و منتقل نمایند. (خانابایی و لاجوردی، ۱۳۸۶)

عصر حاضر، عصر تغییر و تحول سریع دانش و نوآوری است هر پنج سال و نیم دانش دو برابر می‌شود در حالی که عمر متوسط آن کمتر از ۴ سال است. در چنین شرایطی دانش به عنوان یک منبع ارزشمند استراتژیک می‌شود که نیازمند مدیریت است. اگر به شرایط فوق رقابت شدید موجود در بازارهای جهان را نیز اضافه کنیم، اهمیت مدیریت دانش‌های سازمان به عنوان یک مزیت رقابتی در اقتصاد دانش محور کنونی دو چندان می‌شود. گسترش فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی موجب انتقال دانش و تجربه انسان در گوشه و کنار جهان شده و این امر کارآفرینان معاصر را در دنیای وسیعی از اطلاعات قرار داده است. انبوه دانش و تجربه می‌توانند به ایده‌های تازه ای دست یابند و فرصت‌های جدید را شناسایی نمایند که بدون استفاده از این فناوری امکان دسترسی به انواع مختلف اطلاعات جهت آغاز فعالیت وجود نخواهد داشت (عسگری پور و دیگران، ۱۳۹۱).

بر اساس موارد پیش گفته مدل مفهومی پژوهش به صورت زیر تدوین می‌شود.



نمودار ۱. مدل مفهومی تحقیق

روش شناسی تحقیق

با توجه به اینکه نتایج حاصل از این تحقیق قابلیت استفاده و کمک به حل یکی از مشکلات سازمانی را دارا می باشد، تحقیق حاضر یک تحقیق کاربردی است و با توجه به این که قصد توصیف و تفسیر روابط موجود بین متغیرهای تحقیق را دارد، توصیفی است. در این تحقیق از دو پرسشنامه مجزا استفاده شد: پرسشنامه مدیریت دانش و پرسشنامه کارآفرینی سازمانی. در این پرسشنامه ها از طیف لیکرت استفاده شده است به گونه ای که عدد ۱ کمترین و عدد ۵ بیشترین موافقت با مورد سؤال را نشان می دهد. جامعه آماری پژوهش حاضر شرکت فرآورده های گوشتی تهران (سولیکو) و به تعداد ۳۵۰ نفر می باشند که با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی ساده، تعداد ۱۲۰ نفر به عنوان اعضای نمونه انتخاب گردید. روایی پرسشنامه با نظرخواهی از خبرگان تایید گردید. همچنین، پایایی پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ برای دو پرسشنامه مدیریت دانش و پرسشنامه کارآفرینی سازمانی به ترتیب هشتاد و نه صدم و نود و یک صدم محاسبه گردید. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از آزمون اسمیرنوف و کولموگروف برای تعیین نحوه توزیع داده ها، آزمون ضریب همبستگی استفاده شده است.

یافته های پژوهش

آزمون کولموگروف اسمیرنوف

لازم به ذکر است که پیش از آزمون فرضیات به منظور تعیین نوع روش آماری مورد استفاده آزمون کولموگروف اسمیرنوف انجام شد که بر این اساس تمامی داده ها از توزیع نرمال برخوردار بوده لذا از فنون آماری پارامتری نظیر ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است.

جدول شماره ۲- نتایج حاصل از آزمون کولموگروف-اسمیرنف

ابعاد/عوامل	خلق و اکتساب دانش	حفظ و نگهداری دانش	انتقال و تسهیم دانش	استفاده و به کارگیری دانش	ایجاد کسب و کار جدید	نوآوری در محصول	نوآوری در فرایند
SIG	۰/۳۰۶	۰/۱۸۸	۰/۱۷۷	۰/۷۰۷	۰/۱۶۹	۰/۳۴۷	۰/۵۱
α	۰/۰۵	۰/۰۵	۰/۰۵	۰/۰۵	۰/۰۵	۰/۰۵	۰/۰۵
نتیجه	داده‌ها نرمال است	داده‌ها نرمال است	داده‌ها نرمال است	داده‌ها نرمال است	داده‌ها نرمال است	داده‌ها نرمال است	داده‌ها نرمال است

به منظور آزمون فرضیات، از آزمون همبستگی رتبه ای پیرسون با استفاده از نرم افزار SPSS 16، جهت سنجش همبستگی بین متغیرها استفاده شد. سپس با استفاده از تحلیل رگرسیون فرضیات مورد آزمون قرار می گیرند. جدول شماره ۳ معناداری همبستگی هر کدام از متغیرها با سایر متغیرها را نشان می دهد و جدول شماره ۴ نیز نتایج تحلیل رگرسیون در آزمون فرضیات تحقیق را نشان می دهد.

آزمون همبستگی پیرسون

به منظور بررسی وجود ارتباط و نیز میزان آن، بین دو متغیر از آزمون همبستگی استفاده می شود. به دلیل نرمال بودن داده های پژوهش از همبستگی پیرسون استفاده شده است که نتایج آن در جدول شماره ۳ منعکس گردیده است. فرضیه های آماری به صورت وجود رابطه معنی دار بین تمامی مولفه های متغیر مستقل و متغیر وابسته تدوین شده است.

جدول ۳- نتایج حاصل از آزمون همبستگی پیرسون

فرضیه	میزان همبستگی	سطح معنی داری	نتیجه آزمون
ارتباط خلق و اکتساب دانش و کارآفرینی سازمانی.	۰/۳۷۸**	۰/۰۰۰	تایید
ارتباط حفظ و نگهداری دانش و کارآفرینی سازمانی.	۰/۳۶۲**	۰/۰۰۰	تایید
ارتباط انتقال و تسهیم دانش و کارآفرینی سازمانی.	۰/۶۰۹**	۰/۰۰۰	تایید
ارتباط استفاده و به کارگیری دانش و کارآفرینی سازمانی.	۰/۷۳۲**	۰/۰۰۰	تایید

بر اساس نتایج جدول، بین همه مولفه های مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد. بر این اساس می توان گفت با بهبود وضعیت مولفه های مدیریت دانش می توان انتظار داشت کارآفرینی سازمانی ارتقا یابد.

نتیجه گیری و پیشنهاد

تمرکز اصلی مقاله حاضر بر تشریح نحوه تاثیر مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی است، این تاثیر را می توان از دو مقوله محتوا و بستر مورد مطالعه و بررسی قرار داد. عامل محتوا به عناصر مورد نیاز برای کارآفرینی سازمانی اشاره دارد. سوال اساسی آن است که آیا سیستم های مدیریت دانش آنچه را که برای کارآفرینی سازمانی مورد نیاز هستند، تامین می نمایند. دانش بعنوان عاملی محتوایی در بسیاری از مدل های کارآفرینی سازمانی دیده شده است. پر واضح است این عامل به راحتی از طریق راه اندازی سیستم های مدیریت دانش قابل تامین خواهد بود. عامل بستر نیز به تامین شرایط لازم برای کارآفرینی سازمانی اشاره دارد. بعبارتی دیگر، سوال اساسی آنست که آیا پیاده سازی سیستم های مدیریت دانش بسترهای مختلف مورد نیاز را که از الزامات کارآفرینی سازمانی نیز محسوب می شوند، تامین می نمایند. اثربخشی پروژه های مدیریت دانش علاوه بر بعد تکنولوژی به ابعاد اجتماعی آن یعنی ساختار و فرهنگ وابسته است. بدیهی است با تدارک این ابعاد، الزامات لازم برای کارآفرینی سازمانی فراهم خواهد شد؛ یعنی بستری فراهم می شود که در آن کارکنان احساس خود اثربخشی کنند و خود را شایسته تاثیر گذاری بر سیستم تحت اداره خود خواهند بدانند. با امعان نظر به موارد فوق، در راستای کارآفرینی سازمانی از مجرای مدیریت دانش موارد زیر را می توان مطمح نظر قرار داد؛



- اهتمام مدیریت سازمان در راستای کاهش قوانین و مقررات و رویه های رسمی و مکتوب در مورد نحوه انجام وظایف و فعالیتهای سازمانی، مبتنی نکردن صرف نحوه برقراری ارتباطات و روابط در سازمان بر رویه های رسمی و از پیش تعیین شده. وجود چنین روحیه ای در مدیران، روحیه علم محوری و دانش گرایبو خلق دانش را در کارکنان سازمان ترغیب می نماید. البته باید توجه داشت که مقررات زدائی به معنای حذف تمامی قوانین و مقررات نیست. فلسفه تدوین قوانین، تلاش برای استقرار عدالت و انصاف و ایجاد احساس همدردی و دلسوزی است. حال اگر افراطی در وضع قوانین و مقررات صورت گرفته است، راه حلش حذف افراط ها است.
- افزایش روابط و تعاملات غیررسمی در سازمان جهت تسهیل جریان دانش در سازمان، افزایش تفویض اختیار به کارکنان در مورد نحوه انجام وظایفشان، افزایش میزان استقلال عمل و قدرت تصمیم گیری کارکنان در مورد کارشان، تسهیل جریان ارتباطات میان واحدهای مختلف سازمان، افزایش امکان اخذ تصمیمات در هر سطحی که به بهترین اطلاعات دسترسی دارند، تشکیل جلسات منظم به منظور تبادل اطلاعات بین مسئولین و کارکنان و افزایش امکان دسترسی کارکنان به اطلاعات و اسناد و مدارک مورد.
- استفاده از ابزارهای مشارکت نظیر سیستم های پیشنهادات جهت تسهیل جریان دانش و ابزاری سودمند برای خلق دانش . می توان این مورد را در سیستم های ارزیابی عملکرد مدیران برای جلب مشارکت کارکنان و نیز سیستم های ارزیابی عملکرد کارکنان مبنی بر ضرورت مشارکت آنها گنجانند. مکانیسم دیگر، استفاده از تیم ها و گروههای کاری در کنار ساختار سلسله مراتبی موجود در سازمان، اعطای پاداش به کارکنان بر اساس کار تیمی و مشارکت تیمی بجای عملکرد شخصی صرف است. تیم گرایی، از جمله الزامات سازمانهایی است که نگاه خود را از دیدگاه سنتی بروکراتیک برگرفته و به دانش محوری به عنوان آینده محتوم خود چشم دوخته اند. تیم ها همانند چسبی افراد را در کنار هم در برگرفته و با توجه به تاثیر "تسهیلات اجتماعی"¹ آن زمینه موفقیت بیشتر مدیریت دانش را فراهم می آورد. همچنین پیشنهاد می گردد سازمان از ابزارهای سازمانهای دانش محور یعنی جوامع عمل² استفاده نماید. جوامع عمل از محدوده مرزهای سازمان فراتر رفته و همه افراد متخصص را در راستای تحقق اهداف سازمان در بر می گیرد.
- پیشنهاد می گردد سیاست سازمان به سوی جذب افرادی با ویژگیهای مورد نیاز در سازمانهای دانشی نظیر توانایی ارائه ایده های جدید، توانایی حل مسئله و ارائه راهکارهای مناسب، هوشمندی و خلاقیت برای شناسایی عوامل کلیدی موفقیت سازمانی، برخورداری از مدارک تحصیلی دانشگاهی، تنوع مهارت و تخصص، تبحر، تجربه و مهارت کارکنان، توانایی در درک ارتباط میان فعالیت تخصصی خود و سایر زمینه های مهارتی و تخصصی تغییر یابد تا پیاده سازی مدیریت دانش بتواند تاثیر کاملی بر توانمندسازی کارکنان داشته باشد. این مورد عاملی مهمی برای خلق و کسب دانش در سازمان محسوب می شود.
- تسهیم دانش موجب دسترسی همه کارکنان به دانش و تجربیات کارکنان دیگر می شود. مدیران سازمان برای توانمندسازی کارکنان باید زمینه ای فراهم سازند که کارکنان دانش و تجربیات خود را در اختیار دیگران قرار دهند و در عین حال اطمینان حاصل کنند که با این کار، موقعیت شغلی آنان تضعیف نمی شود؛ زیرا اغلب کارکنان به دانش به عنوان منبع قدرت خود نگاه می کنند. آنچه در این بین حائز اهمیت فوق العاده ای است رفتار خود مدیران سازمان است که همواره و در همه حال الگو ساز فرهنگی است. وقتی مدیران پایبندی، اعتقاد راسخ و تاکید سازمان بر شعار "توزیع دانش قدرت است نه احتکار آن" داشته و به آن عامل باشند زمینه تسهیم دانش بیش از پیش فراهم خواهد شد. در این راستا انجام اقدامات ذیل می تواند در این زمینه مفید باشد: تشکیل جلسات گروهی به منظور تبادل ایده ها و نظرات افراد، ارتباط با سایر و مراکز اطلاع رسانی پیشرفته جهان جهت تغذیه دائمی مدیران نسبت به اطلاعات حرفه ای خود و یادگیری و بکارگیری آنها، ایجاد جو دوستانه و قابل اعتماد بین کارکنان، تهیه بولتن ها، بحث گروهی به منظور تصمیم گیری در موارد خاص، افزایش تعامل بین مسئولین و کارکنان، تسهیل دسترسی کارکنان به اطلاعات مربوط به کارشان، افزایش تعاملات میان کارکنانی که کارشان در ارتباط با هم می باشد. مورد اخیر خود از عوامل ایجاد اعتماد میان کارکنان محسوب می شود.
- تقویت جو اعتماد میان اعضای سازمان جهت پیشبرد جریان خلق، حفظ و تسهیم دانش ؛ در این راستا موارد زیر پیشنهاد می گردد. تدارک شرایطی برای شناخت کافی و قابل قبول اعضاء سازمان از یکدیگر، تاکید بر شفافیت، درک متقابل، گوشودگی و پذیرش در

¹ - Social Facilitation

² - Community of Practice



تعاملات میان اعضاء سازمان، ایجاد جو همکاری و همدلی متقابل اعضاء در سازمان، پابندی به صداقت، مبادله دیدگاهها و ارزشها در سازمان، رعایت عدالت در بین کارکنان، اولویت اهداف مشترک بر اهداف فردی، ترجیح منافع کل سازمان را بر منافع فردی، یکسان نمودن ادعا و عمل، تسهیل و تشویق تبادل اطلاعات و استفاده از آموزه های دینی و اعتقادی برای ایجاد بستر مناسب اعتماد میان اعضای سازمان.

- استفاده از فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی و اثرات مثبت آن در ساختار سازمان در شرایط کنونی امر مسلمی برای موفقیت مدیریت دانش به طور خاص جهت خلق، تسهیم و حفظ و کاربرد دانش است. باید با نگرش مثبت نسبت به تعبیه فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی در حوزه های مختلف سازمانی بویژه در بعد ساختاری و ارائه آموزش های لازم در شناخت ابزارهای تکنولوژیک اقدام نمود. با توجه به نتایج تحقیق، وجود زیر ساخت مناسب فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی و توانایی کارکنان در استفاده از این فناوری ها نقش مهمی در خلق و انتقال دانش دارد. لذا پیشنهاد می شود سازمان با سرمایه گذاری بیشتر در زمینه ایجاد زیر ساخت مناسب فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی در سازمان و آموزش کارکنان در این زمینه به خلق و انتقال دانش کمک کند.

منابع و مأخذ

۱. بنی هاشمیان، کورش، موذن، منصور (۱۳۸۹) رابطه سبک رهبری و هوش هیجانی مدیران و ارتباط آن بر رضایت شغلی کارکنان، مجله دانشگاه علوم پزشکی گیلان، دوره نوزدهم، شماره ۷۴.
۲. بارانی، شهرزاد، اطهری، زهرا، زرافشانی، کیومرث، (۱۳۸۸) بررسی دلایل گرایش به کارآفرینی دانشجویان، توسعه کارآفرینی، سال دوم، شماره ششم.
۳. تسلیمی، محمد سعید؛ منوریان، عباس و آشنا (۱۳۸۹)، بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی درون سازمانی، فرهنگ مدیریت، سال چهارم، شماره چهاردهم، پاییز و زمستان ۱۳۸۵، صفحه ۲۷- ۵۶.
۴. حسنخویی، سیما. (۱۳۸۵) بررسی رابطه بین هوش هیجانی و مهار شغلی با رضایت شغلی مدیران. " ۸۴ پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهرا - مدارس شهر بیرجند.
۵. صمدی، پروین، اصفهانی، هما. (۱۳۸۵) رابطه جو سازمانی مدرسه با گرایش دانش آموزان به کارآفرینی، پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی، سال ششم، شماره بیست و یکم.
۶. عسگری پور، حسین؛ گرگیچ، مریم؛ حسن زاده، فریبا (۱۳۹۱)، بررسی تاثیر مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی در سازمان های کارآفرین کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کار های دانش بنیان، تهران.
۷. گل پرور، محسن، خاکسار، پروین. (۱۳۸۹) رابطه هوش هیجانی با عملکرد شغلی کارکنان کارخانجات صنعتی شهر اصفهان، دانشور رفتار، چاپ هفدهم، شماره ۴۰.
۸. مزینانی، فرزانه، (۱۳۸۶) بررسی رابطه بین هوش هیجانی و استرس در مدیران آموزش و پرورش، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه اصفهان، .
۹. ناظم، فتاح؛ کریم زاده، صمد؛ قادری، الهام (۱۳۸۹)، بررسی رابطه مدیریت دانش و سلامت سازمانی با کارآفرینی کارکنان در سازمان تامین اجتماعی، فصلنامه پژوهش اجتماعی، سال سوم، شماره نهم، صص ۸۹-۱۱۵.
10. Antonic, B – Hisrich, R, D, (2003), " claryfying the entrapreneurship ", journal of small Business and enterprise development , vol , 10 , no . 1, pp. 7 – 24
11. Burglemann, r.a.(1983), "designs for corporate entrepreneurship" california management reiew, 26:154-66
12. Casper, V. (2007). "A study of the relationship between leader emotional intelligence (EI) ability and demographic, performance, job satisfaction" ... proQuest information and learing company, UMI number 3268881.
13. Cornwall, j.r, Perlman, b (1990), "Organizational entrepreneurship", Homewood : Irwin
- 14.
15. Drucker, p . (1985). "the dicipline of Innovation". Harward business review , may – june . pp – 62-72
16. Erich J. Schwarz, Malgorzata A. Wdowiak, Daniela A. Almer-Jarz, Robert J. Breitenacker (2009) "The effects of attitudes and perceived environment conditions on students' entrepreneurial intent" Education and training Vol. 51 No. 4,

