

مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی

رویسندگان:

مجید اسکندری و پریسا کنارنگ



سرشناسه اسکندری، مجید، ۱۳۶۲-

شناسه افزوده کنارنگ، پریسا، ۱۳۶۴ -

عنوان و نام پدیدآور مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی/ نویسندگان مجید اسکندری، پریسا کنارنگ.

مشخصات نشر اصفهان: کاشف علم، ۱۳۹۸.

مشخصات ظاهری ۱۴۶ ص.: مصور، جدول، نمودار.

شابک ۹۷۸-۶۲۲-۶۹۷۰-۲۸-۰

وضعیت فهرست نویسی فیپا

یادداشت کتابنامه: ص. ۱۳۷.

موضوع مدیریت دانش

موضوع Knowledge management

موضوع کارآفرینی

موضوع Entrepreneurship

موضوع یادگیری سازمانی

موضوع Organizational learning

رده بندی کنگ HD ۰/۳

رده بندی دیویس ۸/۴۰۱

شماره کتابشناسی ملی ۵۹۱۰۳۳۸

مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی

مجید اسکندری، پریسا کنارنگ

کاشف علم



ویراستار: حامد شاه مرادی

گرافیک: مریم علی پور دهقانی

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۸

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۹۷۰-۲۸-۰

حق چاپ برای ناشر و مولف محفوظ است

www.kashefelm.ir

مرکز پخش: ۰۹۱۳۷۷۳۳۲۵۸

فهرست مطالب

۹	مقدمه
۱۵	بخش اول: واژه‌شناسی و مفاهیم
۲۳	بخش دوم: مدیریت دانش
۲۵	مفهوم لغوی دانش
۲۷	تعاریف مختلف دانش
۲۷	دسته بندی دانش
۲۸	مفهوم مدیریت دانش
۳۰	سیر تطور مدیریت دانش
۳۰	سیستم مدیریت دانش
۳۱	عوامل موفقیت سیستم مدیریت دانش
۳۹	بخش سوم: مدل‌های سیستم مدیریت دانش
۴۲	سطح بلوغ
۴۳	بلوغ مدیریت دانش
۴۵	مدل بلوغ توانمندی مدیریت دانش (CMM)
۴۸	مدل بلوغ توانمندی تصمیم‌گیری
۵۰	مدل عمومی بلوغ مدیریت دانش
۵۳	مدل بلوغ شرکت ساپ
۵۴	مدل بلوغ مدیریت دانش در اینفوسیس
۵۹	مدل بلوغ دکتر اسکایم

۶۰	مدل بلوغ شرکت کاپی ام جی (KPMG)
۶۱	مدل بلوغ مدیریت دانش شرکت استرایتز
۶۲	مدل بلوغ ابزار ارزیابی مدیریت دانش
۶۳	مدل ارزیابی توانمندی مدیریت دانش
۶۶	مدل بلوغ مدیریت دانش در زیمنس
۶۷	مدل بلوغ مدیریت دانش
۷۱	مدل بلوغ ارزیابی دانش سازمانی
۷۲	مدل بلوغ مرحله‌ای سازمانی مدیریت دانش
۷۲	مدل بلوغ فرمول مدیریت دانش (KMF)
۷۴	مدل بلوغ مدیریت دانش وین
۷۵	مدل بلوغ خدمات ساوره تاتا
۷۷	مدل بلوغ ارزیابی سازمانی اروپا

۷۹	بخش چهارم: کارآفرینی سازمانی
۸۱	کارآفرین
۸۱	کارآفرینی
۸۸	فرهنگ کارآفرینی
۹۰	مفهوم کارآفرینی و نوآوری
۹۱	موانع کارآفرینی
۹۱	ویژگی‌های کارآفرینی سازمانی
۹۱	سازمان‌های کارآفرینی دارای ویژگی‌های زیر هستند:
۹۳	ضرورت کارآفرینی برای تحول سازمان‌های امروزی
۹۳	فرآیند کارآفرینی سازمانی

۱۰۵	بخش پنجم: یادگیری سازمانی
۱۰۷	تعریف سازمان یادگیرنده
۱۱۲	تاریخچه و پیشینه‌ی مفهوم پردازی سازمان یادگیرنده
۱۱۴	تئوری‌های یادگیری
۱۱۴	نظریه رفتاری
۱۱۴	نظریه شرطی کردن عامل

۱۱۵	نظریه یادگیری اجتماعی
۱۱۶	تفاوت سازمان یادگیرنده و سازمان‌های سنتی
۱۱۸	تغییر و سازمان‌های یادگیرنده
۱۱۹	ایجاد یک سازمان یادگیرنده
۱۲۱	یادگیری در سازمان‌ها
۱۲۲	انواع یادگیری سازمانی
۱۲۴	یادگیری سازمانی در مقابل سازمان یادگیرنده

بخش ششم مدل‌ها و الگوهای سازمان یادگیرنده

۱۲۷	مدل مک‌گیل
۱۲۹	مدل مارسیک و پیتز
۱۳۰	مدل سازمان یادگیرنده نیچر
۱۳۳	مدل پیتر سنگه

منابع و مآخذ

۱۳۷

مقدمه

در آستانه هزاره سوم، مدیریت دانش، به عنوان یک نیاز استراتژیک برای موسسات، سازمان‌ها و نهادهای خدماتی مطرح است. مدیریت دانش تضمین کننده برتری‌های بلند مدت برای سازمان‌ها و جوامع و میزان بهره‌گیری آن‌ها از سرمایه‌های انسانی، فکری و اطلاعاتی است.

جهانی شدن روزافزون کسب و کارها، مهندسی مجدد، کوچک سازی سازمان‌ها، برون سپاری فعالیت‌ها و خدمات و توسعه عظیم فناوری و همگانی شدن این امر نشان از این دارد که به کارگیری اثربخش‌تر و کارآتر دارایی‌های دانش، به عنوان منبعی ارزشمند و اهمیت آفرینی‌ش از هر زمان دیگر یافته است. دانش، مجموعه‌ای از نگرش‌ها، تجربیات و مراحل است که صورت درست و صحیح در کنار هم قرار گرفته‌اند. خلاصه سازی هر چه بیشتر اطلاعات اولیه به دانش، منجر می‌شود. با کشف و ارتقای دارایی دانش یک سازمان، با دیدگاهی که پیش برنده اهداف سازمان است، با ظهور اقتصاد دانش محور، اقتصاد جهانی یکپارچه شده و توسط فناوری اطلاعات، مبدل به یک اقتصاد جهانی واحد می‌شود. نتیجه، یک انقلاب اقتصادی عظیم خواهد بود.

امروزه، رشدی واقع شده است که سازمان‌ها را قادر می‌سازد از طریق همزیستی مسالمت آمیز کارکنان، فرآیندها و فناوری به توسعه یافتگی هر چه بیشتر مدیریت دانش دست یابند و با هموار نمودن مسیر توسعه به موفقیت‌های بیشتری در سال‌های پیش رو دست یابند. مدیریت دانش، نگرشی است که می‌تواند از سوی مدیریت سازمان‌ها با کمی انعطاف پیاده سازی شود و رقابت پذیری در آینده، پیشرو بودن در محصول و خدمات جدید، فتح بازارهای جدید و خلق بازارهای نو و از دست ندادن

سرمایه‌های دانشی را به ارمغان بیاورد. مبحث مدیریت دانش یکی از مباحث نو ظهور در مدیریت است که به شدت مورد اقبال و توجه دانشمندان علم سازمان و مدیریت واقع شده و مهمترین رکن مدیریت دانش، پیاده سازی و اثر بخشی آن می باشد، که شناخت مدیریت دانش به عنوان یک روح حاکم بر اعمال سازمانی برای پیاده سازی آن ضروری است. هدف تحقیق حاضر بررسی نقش میانجی یادگیری سازمانی بر رابطه بین مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی می باشد.

دنای کنونی با شتاب فزاینده‌ای در حال صنعتی شده است. این امر ضرورت نوآوری، انعطاف پذیری، بهروری و پاسخگویی را برای بقاء و موفقیت سازمان‌ها بیشتر می کند. سازمان‌ها در معنای وسیع کلمه رکن اصلی اجتماع کنونی اند و مدیریت مهمترین عامل در حیات، رشد و بالندگی و رکن اصلی یا مرگ سازمان هاست. و بی شک این وظیفه مدیران است که با توجه به اهداف سازمانی، روند حرکت از وضع موجود به وضع مطلوب را هدایت کنند (حسینی و دیگران، ۱۳۸۸). یادگیری و نوآوری برای سازمان‌ها که پی بقاء و اثربخشی هستند، یک نیاز اساسی است و بسیاری از سازمان‌ها شیدیدا به دنبال روش‌های نوآورانه و کارآفرینانه به منظور بهبود اثربخشی و کارآمدی و انعطاف پذیری هستند (هادی هنی، ۱۳۹۰). در همین راستا، کارآفرینی سازمانی در حال تبدیل شدن به یک سلاح انتخابی برای بسیاری از سازمان‌ها به ویژه سازمان‌های بزرگ است. ساختار سازمانی مناسب فضا برای ایجاد کارآفرینی در سازمان است. پس از تعهد مدیریت به مفهوم کارآفرینی در درون سازمان، گام بعدی تعیین ساختار مناسب کارآفرینی و ساختاری که موجبات بروز و ظهور کارآفرینی را در سازمان فراهم آورد (سیفی سالدی، ۱۸۹).

یادگیری سازمانی: یادگیری سازمانی یکی از مباحث مهمی است که در ده اخیر مطرح شده است. یادگیری سازمانی، فرایند بهبود اقدامات سازمان از طریق دانش و شناخت بهتر است (پولادی و دیگران، ۱۳۹۰). بقاء و رشد سازمان‌ها در دنای پر تغییر کنونی مستلزم توانایی برای واکنش به موقع و مناسب در برابر تغییرهای پی در پی محیطی است. فقط سازمان‌هایی می توانند ضرورت‌ها و تغییرات محیطی را به موقع پیش بینی نمایند و بقای خود را در محیط دائما در حال تغییر ادامه دهند که بر

یادگیری سازمانی تمرکز و تاکید کنند. یادگیری مستلزم آن است که افراد دانشی را که در سازمانشان به دست می آورند در رفتارشان به کار بینند (خانعلی زاده و دیگران، ۱۳۸۹). امروزه یکی از اهداف بزرگ تمامی سازمان ها رسیدن به بالندگی سازمانی به منظور ارتقاء سوددهی و رضایت شغلی می باشد، این امر اهمیت یادگیری سازمانی و پیشرفت دانش را در تک تک افراد سازمان به وضوح نشان می دهد. لذا ایجاد شرایط مناسبی که افراد بتوانند در آن بیاموزند و آموخته های خود را ارزیابی کنند و نواقص آن را برطرف سازند می تواند اولین گام در این راستا باشد (دارایی، ۱۳۹۰).

مدیریت دانش: امروز سازمان هایی که دارای مزیت رقابتی پایدار هستند به موفقیت بالاتری در بازار دست پیدا می کنند (بچینا و همکاران^۱، ۲۰۰۵، ص ۹۹). چوی و همکاران^۲ (۲۰۰۸) بیان می کنند که در شرایط کنونی مزیت رقابتی پایدار تنها با بکارگیری دانش برای نوآوری به دست می آید (چوی و همکاران، ۲۰۰۸، ص ۲۳۵). به همین دلیل، امروزه دانش یک دارایی ارزشمند سازمانی به حساب می آید، که نیازمند مدیریت است. بسته به دسته بندی اصلی مدیریت دانش کسب دانش مناسب برای افراد مناسب در زمان و ساختار مناسب است (دهویر و سعادت، ۱۳۸۹، ۳۹۳). کینگ و همکاران^۳ (۲۰۰۸) و ترسا و همکاران^۴ (۲۰۰۶) مدیریت دانش را یک فرایند ساختارمند، برای خلق، کسب، تسهیم، انتقال و بکارگیری دانش ضمنی و عینی به عنوان دارایی سازمانی برای تشویق نوآوری تعریف کرده اند (کینگ و دیگران، ۲۰۰۸، ص ۱۶۸؛ ترسا و دیگران، ۲۰۰۶، ص ۸۶۱).

گلد و همکاران^۵ (۲۰۰۱) لینولی^۶ (۲۰۰۵) و ترسا و همکاران (۲۰۰۶) مدیریت دانش را فعالیت هایی مانند گردآوری، تسهیم و بکارگیری دانش تعریف می کنند. گردآوری دانش به فرایند جستجو، کشف و ذخیره و بازایی دانش مناسب در درون و بیرون سازمان اطلاق می شود (چن و چانگ^۷،

1- Bechina et al

2- Choy et al

3- King et al

4- Tersa et al

5- Gold et al

6- Linoly

7- Chen & chang

۲۰۰۹، ص ۱۰۸). 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 (لیا او و چین^۱، ۲۰۰۷، ص ۴۰۳). دانشی که به دیگران تسهیم یا منتقل می‌شود، به منظور تسهیل و ایجاد نوآوری به کار گرفته می‌شود (کینگ و دیگران، ۲۰۰۸، ص ۱۶۸). در همین راستا، بروکمن و مورگان^۲ (۲۰۰۳) تاکید می‌کنند که در شرایط ناپایدار کنونی ایده پردازی و نوآوری به توانایی سازمان‌ها در بهبود و بکارگیری منابع مبتنی بر دانش بستگی دارد (بروکمن و مورگان، ۲۰۰۳، ص ۴۰۵).

کارآفرینی سازمانی: عدم اطمینان، ناهماهنگی و تلاطم محیطی موجب چالش‌های عملیاتی و استراتژیک ای سازمان‌های امروزی می‌شود. شرکت‌ها برای مقابله با این چالش‌ها به طور فزاینده‌ای بر کارآفرینی سازمانی تکیه می‌کنند. این امر مستلزم این است که مدیران در همه سطوح به طور فعال در طراحی و اجرای یک استراتژی برای اقدامات کارآفرینی سازمانی مشارکت داشته باشند (آیزت^۳، ۲۰۱۰، ص ۸).

کارآفرینی سازمانی، فرآیندی است که در آن محصولات یا فرآیندهای نوآوری شده، از طریق القاء و ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان تاسیس شده به ظهور می‌رسند. نوآوری سازمانی در واقع اشاره به نوآوری کالا یا خدمات دارد و در آن تاکید به توسعه و نوآوری در فناوری و شیوه‌ها و روندهای تولید می‌باشد (رجیمی و سیدی، ۱۳۸۰، ص ۷). شارما و کریسمن^۴ (۱۹۹۹)، کارآفرینی سازمانی را به عنوان فرایندی معرفی می‌کنند که با وسایل آن افراد و گروه‌ها، در ارتباط با سازمان موجود، یک سازمان جدید ایجاد کرده یا نوآوری را درون سازمان دنبال می‌کنند. هیت و همکاران^۵ (۱۹۹۹) نیز کارآفرینی سازمانی را به عنوان راه اندازی کسب و

1- Liyao & chen

2- 9 Brokman & morgan

3- Ayzit

4- Sharma & kerisman

5- Het et al

کار جدید در درون شرکت‌های در حال پیشرفت می‌دانند که از طریق نوآوری داخلی، اقدامات یا مالکیت مشترک، نوسازی استراتژیک، محصول، فرایند و مدیریت نوآوری‌ها به دست می‌آید (ارگون و همکاران^۱، ۲۰۰۴، ص ۲۵۹). کارآفرینی سازمانی فرآیندی است که محصولات و خدمات یا فرآیندهای نوآورانه را به وسیله خلق فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان ایجاد میکند (فرای^۲، ۱۹۹۳، ص ۳۷۰). هدف اصلی کارآفرینی سازمانی، ایجاد پویایی، ساختار، فرهنگ سازمانی رقابتی و منعطف جهت روبرو شدن با بازارهای رقابتی و پویا است (ارگون و دیگران، ۲۰۰۴، ص ۲۵۹). کارآفرینی با خلاقیت و نوآوری مرتبط است (زنگ و همکاران^۳، ۲۰۰۹، ص ۸۸). ویژگی‌های کارآفرینی سازمانی عبارتند از: کارآفرینی کسب کار جدید نوآوری محصول / خدمت؛ نوآوری در فرایند؛ خودنوسازی؛ ریسک پذیری؛ پیشگامی و رهبری رقابتی (کیک و هیسریچ^۴، ۲۰۰۴، ص ۵۲۰). این تحقیق بر مبنای تحقیقات انجام شده (دیمیتراتوس^۵، همکاران^۶، ۲۰۰۴، ص ۲۲؛ آکتان و بولوت^۶، ۲۰۰۸، ص ۶۹) کارآفرینی سازمانی را شامل نوآوری، ریسک‌پذیری، پیشگامی و رقابت تهاجمی می‌داند.

با توجه به اینکه امروزه کارآفرینی به عنوان موتور توسعه اقتصادی، قهرمان توسعه صنعتی، محرک و مشوق سرمایه‌گذاری، گزینه رفع خلل و تنگناهای بازار، گزینه اصلی ایجاد اشتغال است (فدائی کیوانی و نساج حسینی، ۱۳۸۷)، در این میان یادگیری سازمانی می‌تواند نقش موثری ایفا می‌کند. بطوری که ارزش ایجاد شده از طریق مدیریت دانش، با استفاده از یادگیری در تمامی سیستم‌ها و مکانیزم‌های سازمان جاری شده و باعث بهبود وضعیت کارآفرینی سازمان می‌شود. بر این اساس در این پژوهش محقق دنبال بررسی نقش میانجی یادگیری سازمانی بر رابطه بین مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی می‌باشد.

1- Argon et al

2- Feray

3- Zeng et al

4- kik & hisrech

5- Dimetratos et al

6- Aktan & bolot