

رویکرد جریان دانش و نقش آن در کارآفرینی سازمانی

محمدرضا زاهدی^۱

سکینه جوادی کمنی^۲

چکیده

جریان دانش رصد مستمر راهبرد و فناوری است که به منظور کسب، انتخاب، سازمان‌دهی و به‌کارگیری تخصص‌ها و اطلاعات حیاتی برای کسب‌وکار در جهت بهبود کیفیت تصمیم‌گیری و کسب‌وکار استفاده می‌شود. کارآفرینی در سازمان‌های امروزی مستلزم ایجاد خلاقیت و نوآوری است و در بیشتر کشورهای توسعه‌یافته سازمان‌ها از دیوان‌سالاری (بوروکراسی) به وضعیت کارآفرینی سازمانی در حال انتقال‌اند. هدف اصلی از این پژوهش بررسی رویکرد جریان دانش و نقش آن در کارآفرینی سازمانی است. روش تحقیق مرور اسناد و مدارک کتابخانه‌ای است. نتایج تحقیق و بررسی مدل‌های موجود در زمینه جریان دانش نشان می‌دهد که جریان دانش بستری برای تأمین نیاز کارآفرینانه سازمان و پرورش ایده‌های مناسب سازمان است. همچنین از منظر مدل‌های کارآفرینی سازمانی مشخص شده که مجرای اصلی تأثیرگذاری جریان دانش بر کارآفرینی سازمانی توسعه دانش در سازمان و توسعه ایده‌ها و اختراعات و اکتشافات است. در نهایت پیشنهاد می‌شود، برای افزایش توان توسعه دانش و ایجاد رویکردهای جدید در جریان دانش سازمان، بخش‌های تحقیق و توسعه در سازمان‌ها و شرکت‌ها تأسیس شود.

واژگان کلیدی: کارآفرینی سازمانی، جریان دانش، مدیریت دانش، مطالعات فرهنگی

پرتال جامع علوم انسانی

مقدمه

تأثیر بسزایی دارد (Heinonen and Korvela, 2004). عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی شامل سه زمینه ساختاری (ساختار سازمانی، سیستم مالی بودجه‌ای، سیستم تحقیق و توسعه، ارزیابی عملکرد، سیستم حقوق و دستمزد)، محتوایی (ویژگی‌های کارکنان، ویژگی‌های مدیران، فرهنگ سازمانی، سبک رهبری و سطح تضاد) و زمینه‌ای (ارتباطات محیطی، ارتباط با دولت و تعاملات با شهروندان) است. پژوهش‌ها حاکی از آن است که مدیریت دانش بر کارآفرینی تأثیرگذار

سازمان‌ها در کشورهای پیشرو و در حال توسعه، برای اشاعه فرهنگ دانشی، به بهره‌گیری از شبکه دانشی نیازمندند. این امر تأثیر عمیقی در توسعه کسب‌وکار و ایجاد فرصت‌های کارآفرینی دارد (Kuratko et al., 2005). بهره‌گیری از شبکه دانشی موجب رقابت برای ارتقای شایستگی‌های سازمانی و توسعه فرصت‌ها از طریق ایجاد نوآوری داخلی شده است (ibid). همچنین کارآفرینی سازمانی در بقا، رشد، سودآوری و نوسازی سازمان، به‌ویژه در سازمان‌های بزرگ،

۱. استادیار دانشگاه صنعتی مالک اشتر (نویسنده مسئول)؛ Zahedy182@gmail.com

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه علم و صنعت

آن‌ها منوط شده است و سازمانی که نتواند مهارت، دانش و دانایی خود را توسعه دهد و از آن در افزایش بهره‌وری استفاده کند قادر نیست هیچ‌یک از منابع خود را به نحو مطلوب توسعه بخشد (حیدری تفرشی، ۱۳۸۶؛ Zahedi et al., 2019).

مدیریت دانش فرایند خلق، تسهیم، انتقال و حفظ دانش است که می‌توان آن را به شیوه‌ای اثربخش در سازمان به‌کار برد. مدیریت دانش مطالعه راهبرد، فرایند و فناوری به‌منظور کسب، انتخاب، سازمان‌دهی، تصمیم و کاربرد تخصص‌ها و اطلاعات حیاتی جهت بهبود کیفیت تصمیم‌گیری و رونق کسب‌وکار است. از این‌رو پژوهش پیش رو با هدف بررسی نقش جریان دانش در کارآفرینی سازمانی انجام شده است.

۱. ادبیات تحقیق

۱-۱. جریان دانش

مدیریت دانش در سه دهه گذشته جایگاه خود را در سازمان‌ها به‌دست آورده است. تغییر و تحول در محیط‌های کسب‌وکار، در چندین سال گذشته، باعث شده نیازهای سازمانی نیز متفاوت شوند (برگرون، ۱۳۸۷؛ زاهدی و همکاران، ۱۳۹۵). متخصصان حوزه مهندسی کامپیوتر می‌کوشند تا سامانه‌های مدیریت دانش را برای رفع نیازهای سازمانی طراحی و پیاده‌سازی کنند و این سامانه‌ها را نسل پیشرفته‌تر سامانه‌های اطلاعاتی می‌دانند (اخوان و همکاران، ۱۳۹۶). متخصصان سامانه‌های اطلاعاتی سعی داشتند نیاز سازمان‌ها را با ارائه راهکارها و ایجاد سامانه‌هایی برای ایجاد مخازن دانشی کارآمد برطرف کنند. وجود چنین دیدگاهی باعث شد که به جنبه‌های انسانی دانش، نظیر باورهای فردی و فرهنگ سازمانی، کمتر توجه شود. نسل دوم مدیریت دانش با تمرکز بر افراد شکل گرفت و شعار سازمان‌ها به «اگر فقط می‌دانستیم که چه کسی می‌داند» تغییر یافت (Dalkir, 2011). در این برهه، مدیریت دانش به موفقیت‌هایی دست یافت و مفاهیمی نظیر انجمن هم‌پیشگان رواج یافت که باعث تحول در ساختارهای سازمانی شد. تأثیر شگرفی که فناوری اطلاعات و ابزارهای آن در رفع نیازهای سازمانی داشتند انکارناپذیر بود، بنابراین نسل سوم مدیریت دانش با تلفیقی از دو دیدگاه پیشین پدید آمد و دغدغه سازمان‌ها تبدیل شد به اینکه محتوای دانشی را چگونه می‌توان سازمان‌دهی و توصیف کرد که کاربران از وجود آن آگاه شوند و به‌آسانی به آن دسترسی داشته باشند و از آن استفاده کنند (Dalkir, 2011). برآورده شدن این انتظار سازمان‌ها در گرو به‌جریان‌انداختن دانش در سازمان است (Lingxi, 2006).

واژه جریان دانش را، نخستین بار در سال ۲۰۰۹، کیوشی نیوا در مقاله‌ای تحت عنوان «به‌سوی پیاده‌سازی موفق سامانه‌های مبتنی بر دانش: سامانه‌های خبره در مقابل سامانه‌های تسهیم دانش» مطرح کرد (Cortes, 2012) و تاکنون محققان و صاحب‌نظران تعاریف

است (Furst, 2005). عوامل بسیاری بر کارآفرینی سازمانی اثر می‌گذارند که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به جریان و مدیریت دانش اشاره کرد. علم و فناوری در جهان پُرقابته کنونی محدودیت، پیچیدگی و موقعیت‌های جدیدی پدید آورده و می‌توان آن‌ها را موتور توسعه اقتصادی و اجتماعی جهان دانست. بهره‌برداری صحیح از تحولات سریع علم و فناوری مستلزم دراختیارداشتن دانش روز و پیشرو است. در محیط ناپایدار و پیچیده امروزی، منبع اصلی مزیت رقابتی از کارایی و کیفیت به کارآفرینی و نوآوری تغییر یافته است (Dawson and Claudia, 2017). کارآفرینی همان نیرویی است که از آن به‌عنوان موتور محرک رشد و توسعه یاد می‌شود (اخوان و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۲۷). با توجه به اهمیت کارآفرینی برای ایجاد مزیت رقابتی، سازمانی موفق خواهد بود که با ایجاد بسترهای لازم از فرایند کارآفرینی پشتیبانی کند. پژوهش‌های بسیاری درخصوص بسترهای کارآفرینی سازمانی (فرهنگ، ساختار، شبکه، سرمایه اجتماعی و...) صورت گرفته است. یکی از مهم‌ترین عوامل کارآفرینی سازمانی رویکرد جریان دانش است که در گذشته کمتر به آن توجه شده است (Echols and Neck, 2015). با اهمیت‌یافتن موضوع جدید رویکرد جریان دانش، مقالات و پژوهش‌هایی در سال‌های اخیر انجام شده تا میان رویکرد جریان دانش، نوآوری و کارآفرینی ارتباط برقرار کند.

سازمان‌ها با مسائلی چون تغییر و تحولات سریع فناوری، رقابت پیچیده، افزایش تعداد رقبا، جدید، بی‌اعتمادی به روش‌های قدیمی در مدیریت سازمانی، خروج برخی از بهترین و درخشان‌ترین کارمندان از شرکت، رقابت بین‌المللی، کوچک‌کردن شرکت‌های بزرگ و میل کلی به بالابردن بازدهی و بهره‌وری مواجه‌اند. در این بین، سازمان‌هایی توان رقابت خواهند داشت که از کارآفرینی سازمانی به‌طور فعال و مؤثر پشتیبانی کنند. از این‌رو امروزه کارآفرینی را عامل تحریک و تقویت رقابت، نوآوری، روان‌کننده تغییر و عامل تعادل در اقتصاد پویا می‌دانند (Boisot, 2014).

بدون شک یکی از مهم‌ترین بسترها برای توسعه کارآفرینی کسب و به‌کارگیری دانش است. محققان بیان می‌کنند که مزیت رقابتی پایدار اثربخش برای نوآوری از طریق به‌کارگیری دانش به‌دست می‌آید (Zahedi and Papoli, 2018; Blackler, 2013). دانایی مهم‌ترین سرمایه هر سازمان است و سازمانی که از این ویژگی برخوردارتر باشد یقیناً با چالش‌های موجود بهتر روبه‌رو می‌شود و در عرصه‌های رقابت موفق‌تر خواهد بود. در عصر کنونی، وجود افراد دانش‌پذیر اساس رقابت در فضای جهانی شدن است و کامیابی و ناکامی اقتصادی شرکت‌های امروزی به کمیت و کیفیت دانش و تخصص آن‌ها بستگی دارد. اغلب سازمان‌ها پذیرفته‌اند که در مزیت رقابتی پایدار باید به کارکنان خود متکی باشند و به ارتقای دانش، مهارت و قابلیت‌های آنان اهتمام ورزند. از این‌رو بقای سازمان‌ها در عرصه رقابت به حفظ، ارتقا و بهره‌برداری از قابلیت‌های کارکنان

ارائه این مدل آموزش بزرگسالان در مؤسسات آموزشی و ایجاد یک سامانه پشتیبانی از تعامل میان این مؤسسات و بنگاه‌های کسب و کار کوچک و متوسط و انتقال دانش به آن‌ها است (Jakobson and Cakula, 2013). در این پژوهش، ساختارمند کردن اطلاعات برای تحقق تسهیم دانش یکی از مسائل عمده در برقراری ارتباط میان مؤسسات آموزشی و بنگاه‌های کسب و کاری عنوان شده است.

اولیور (2013)

اولیور مدلی برای جریان سرمایه نامشهود دانش، مبتنی بر مطالعه موردی در یک کلاس درس و یادگیری دانش آموزان، ارائه کرده است (Oliver, 2013). در این پژوهش، جریان دانش و انباشتن آن توأمأ در نظر گرفته شده و بیان شده که جریان دانش باعث جلوگیری از انباشتن آن می‌شود.

جراحی و کنگاوری (2012)

جراحی و کنگاوری نوعی ساختار لایه‌ای مشتری - کارگزار برای سامانه‌های مدیریت جریان دانش آگاه از زمینه ارائه کرده‌اند که در آن جریان دانش چهار مؤلفه اصلی دارد: نود دانشی منبع، نود دانشی گیرنده، دانش و حامل. جهت جریان دانش از نود دانشی منبع به سوی نود دانشی گیرنده در نظر گرفته شده است. حامل نیز ممکن است هر چیزی نظیر شبکه ارتباطی، دیسک فشرده یا نوار مغناطیسی باشد (Jarrahi and Kangavari, 2012). دو عامل اصلی تأثیرگذار در جریان دانش نیز در این پژوهش در نظر گرفته شده است: اعتماد میان نودهای دانشی و انرژی دانشی که بیانگر سطح دانش یک نود است. جریان دانش خوب، بنابر تعریف ارائه شده در این پژوهش، عبارت است از رساندن دانش مناسب در زمان مناسب به فرد مناسب. ساختار ارائه شده در این پژوهش برای سامانه مدیریت جریان دانش آگاه از زمینه پنج لایه و چهار سطح دارد. در سطح زیرین این ساختار لایه منطق کسب و کاری سمت کارگزار قرار دارد. در سطح بالاتر، لایه ارتباطات قرار دارد که اتصال دهنده لایه زیرین و لایه بالایی خود است و لایه منطق کسب و کاری سمت مشتری نام دارد. در همین سطح، یک لایه دیگر نیز با عنوان لایه پایگاه دانش تعریف شده که با لایه منطق کسب و کاری سمت مشتری در ارتباط است. در بالاترین سطح این ساختار نیز لایه کاربرد قرار دارد.

دونگ و همکاران (2012)

دونگ و همکاران یک راهکار ارزیابی مدیریتی مبتنی بر بهینه‌سازی، برای تحلیل و طراحی شبکه‌های جریان دانش در سازمان، ارائه کرده‌اند (Dong et al., 2012). جریان دانش در این مدل انتقال دانش میان افراد در یک دوره زمانی تعریف شده و هدف آن یافتن بهترین مجموعه از انتقال دانش در یک دوره

متعددی برای آن ارائه کرده‌اند. تعریفی جامع از جریان دانش که دربرگیرنده تمامی تعاریف ارائه شده از سوی صاحب نظران باشد به این شرح است: جریان دانش به معنای انتقال دانش درون سطوح سازمانی و میان سطوح سازمانی است که از فرایندهای کسب و کاری، جریان‌های کاری و وظایف سازمانی پشتیبانی دانشی کند و نیازمندی‌های دانشی را از طریق خلق دانش یا تأمین آن در سازمان برطرف سازد و سازمان را به سوی اهدافش سوق دهد (Boisot, 2014).

مدل‌های جریان دانش

پژوهشگران، طی سال‌های گذشته، مدل‌های گوناگونی را برای جریان دانش ارائه کرده‌اند که در این بخش برخی از آن‌ها به طور مختصر بررسی می‌شود.

بوردتسکی و دالک (2013)

بوردتسکی و دالک مدلی مفهومی و سه‌لایه از سامانه‌های پشتیبان تصمیم شبکه‌ای ارائه کرده‌اند. این مدل بر پایه شبکه‌ای از افراد و عوامل ماشینی بنا شده که برای حل مسائل و تصمیم‌سازی و جریان دانش از طریق شبکه بی‌سیم با یکدیگر ارتباط و تعامل دارند (Bordetsky and Dolk, 2013). در این مدل فرض شده که افراد در قالب گروه‌های مجازی با یکدیگر در ارتباط و تعامل قرار می‌گیرند. هر گروه مجازی نیز برای تحقق مجموعه‌ای از اهداف تشکیل می‌شود. در این مدل، دانش میان پایگاه‌های دانشی به جریان می‌افتد و پایگاه دانشی فرد یا ماشین است. یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های این سامانه خبره‌یاب است که به افراد کمک می‌کند به پایگاه دانشی مرتبط با مسئله دسترسی یابند.

جوو لین و همکاران (2013)

جوو لین و همکاران یک سامانه ژاپنی دانش برای تحقیق و توسعه مجازی ارائه کرده‌اند. این سامانه به منظور تسهیل جریان دانش، مناسب و مبتنی بر فلسفه مدیریت ژاپنی، ارائه شده و از فنون مهندسی دانش بهره می‌برد (Oliver, 2013). در این مدل، جریان دانش ارائه دانش مناسب به فرد مناسب و در زمان مناسب تعریف شده است. سامانه ژاپنی دانش تأمین‌کننده دانش موردنیاز افراد است و این نیاز را خود افراد تعیین می‌کنند. این سامانه در ایجاد دانش جدید و استفاده از دانش موجود به افراد کمک می‌کند. مدل جریان دانش ارائه شده در این تحقیق، یک مدل فرایندمبنا است که جریان دانش را فرایندی تعریف می‌کند که در آن دانش از تولیدکننده دانش به استفاده‌کننده آن جریان می‌یابد. مؤلفه‌های اصلی این مدل فرایندها، نقش‌ها و دانش است.

ژاکوبسون و کاکولا (2013)

ژاکوبسون و کاکولا یک مدل جریان اطلاعات برای گسترش مدل نظری جریان دانش مبتنی بر تجربه ارائه کرده‌اند. هدف از

زمانی است، به نحوی که سطح دانش در سازمان پیشینه شود. در این مدل، سازوکار طراحی و ایجاد شبکه دانشی در سازمان بر پایه این مفاهیم استوار است: جمع‌آوری اطلاعات درباره خبرگی‌ها (برای تعیین سطح دانشی افراد در مهارت‌ها و وزن مهارت‌ها برای هر فرد)، تعیین شبکه‌های اجتماعی موجود، تعیین افرادی که می‌توانند انتقال‌دهنده دانش باشند، تعیین ارتباطات برای انتقال دانش و ایجاد ارتباطات جدید در صورت نیاز.

یوسیف (2010)

یوسیف مدلی برای تبادل دانش بین سازمانی ارائه کرده که در آن یک سازمان منبع دانش و سازمان دیگر گیرنده دانش در نظر گرفته شده است (Yousif, 2010). جریان دانش درون سازمان در هر دو سازمان منبع و گیرنده دانش یکسان است و دنباله‌ای از فرایندها در نظر گرفته شده است. این فرایندها عبارت‌اند از: کسب دانش، انتقال دانش، کاربرد دانش، پذیرش دانش و جذب دانش. جریان دانش بین سازمانی در این مدل با ارائه تقاضا از سوی گیرنده دانش آغاز می‌شود و، پس از طی پنج فرایند مذکور در سازمان منبع، دانش جذب‌شده در سازمان منبع در اختیار سازمان گیرنده قرار داده می‌شود تا پنج فرایند فوق در سازمان گیرنده نیز با کسب دانش شروع شود و نهایتاً دانش دریافت‌شده در سازمان جذب شود. این چرخه تا زمانی ادامه می‌یابد که سازمان گیرنده به دانش نیاز داشته باشد.

کارآفرینی سازمانی

نیاز به نوآوری در خدمات و محصولات و از طرفی داشتن کارکنانی کارآفرین باعث شده که بسیاری از سازمان‌ها در ساختار سازمانی خود تجدیدنظر کنند. این سازمان‌ها کارآفرینی و نوآوری را فرهنگی سازمانی تلقی می‌کنند تا سازمان به طور اثربخش‌تری به حیات خود ادامه دهد (عزتی و سیدنقوی، ۱۳۸۸). کارآفرینی سازمانی مفهومی است که بر افراد متمرکز نیست، بلکه بر فرهنگ‌ها و فرایندهای سازمانی تمرکز دارد (Cornwall and Perlman, 1990).

کارآفرینی عامل اصلی ایجاد خلاقیت و نوآوری در سازمان‌های امروزی است و، در اکثر کشورهای توسعه‌یافته، سازمان‌ها از دیوان‌سالاری (بوروکراسی) به وضعیت کارآفرینی سازمانی در حال انتقال‌اند. شومپیتر کارآفرینی را محرک رشد اقتصادی می‌داند و از آن به منزله پایه و اساس توسعه یاد می‌کند. کارآفرینی سازمانی در پیچه‌ای به سوی بهره‌برداری از مزایای رقابتی ماندگار، نوآوری و پیشگامی برای سازمان‌ها به‌شمار می‌رود (Kuratko et al., 2005). رقابت و مبارزه سازمان‌ها برای برخی پیامدهای مطلوب نظیر مشتریان، سهم بازار، رتبه سازمان و یا منابع موردنیاز است (جعفرزاده، ۱۳۸۶).

نوآوری برای سازمان‌هایی که در پی بقا و اثربخشی‌اند نیازی

اساسی است و بسیاری از سازمان‌ها به‌طور جدی در پی یافتن روش‌ها و رویکردهای نوآورانه و کارآفرینانه‌اند تا اثربخشی، کارآمدی و انعطاف‌پذیری خود را بهبود دهند. از این رو کارآفرینی سازمانی به‌سرعت در حال تبدیل‌شدن به ابزاری انتخابی برای بسیاری از سازمان‌هاست. کارآفرینی سازمانی تلاشی برای ایجاد ذهنیت و مهارت‌های کارآفرینانه و نهادینه‌کردن این ویژگی‌ها و ذهنیت‌ها در فرهنگ و فعالیت‌های سازمان است (آقاجانی و همکاران، ۱۳۹۱). تحقیقات گوناگون نشان می‌دهد سازمان‌ها، با وجود اینکه اهمیت نوآوری و کارآفرینی را برای رقابت در دنیای امروز پذیرفته‌اند، به‌علت نبود زیرساخت مناسب در ایجاد نوآوری و کارآفرینی موفق نبوده‌اند (Zheng et al., 2009).

انواع کارآفرینی

- کارآفرینی مستقل (شخصی):^۱ در کارآفرینی مستقل، کارآفرین کلیه فرایندهای کارآفرینانه را، از ایده اولیه تا ارائه محصول، با ایجاد بنگاه اقتصادی جدید و مستقل انجام می‌دهد. انگیزه‌های متفاوتی در افراد وجود دارد که سبب می‌شود مستقل کار کنند؛ یکی از انگیزه‌ها استقلال‌طلبی است که از قوی‌ترین نیازهای فرد کارآفرین ذکر شده است. نیاز به پیشرفت و احساس رضایت‌مندی شغلی از دیگر انگیزه‌هایی است که شخص را به ایجاد بنگاه اقتصادی مستقل ترغیب و تشویق می‌کند. به‌طورکلی، کارآفرینی مستقل فرایندی است که کارآفرین طی می‌کند تا فعالیت کارآفرینانه‌ای را به‌طور مستقل به ثمر برساند. کارآفرین مستقل، با توجه به ویژگی‌های نوآوری و خلاقیت، منابع لازم را برای شروع کاری جدید فراهم می‌کند (قناتی و همکاران، ۱۳۹۶).

- کارآفرینان سازمانی - کارآفرینی درون‌سازمانی:^۲ اگرچه این نوع کارآفرینی نیز فردی است، فرایند آن تحت حمایت و نظارت سازمان صورت می‌گیرد؛ به‌طوری‌که کارآفرین فرایندی را طی می‌کند تا فعالیت کارآفرینانه‌ای را در سازمان سنتی به ثمر برساند (همان).

- سازمان کارآفرین - کارآفرینی سازمانی:^۳ در کارآفرینی سازمانی، فرایند کارآفرینی را سازمان طی می‌کند تا همه کارکنان بتوانند در نقش کارآفرین ادای وظیفه کنند. این نوآوری در سازمان هم به محصولات سازمان و هم به نظام‌های مدیریتی سازمان برمی‌گردد؛ به‌طوری‌که شومپیتر در سال ۱۹۳۴ نوآوری کارآفرینان سازمانی را عامل تفکیک آن‌ها از مدیران می‌داند (صمدآقایی، ۱۳۸۲، ص ۱۱۹).

تفاوت کارآفرینی درون‌سازمانی و کارآفرینی سازمانی در این است که در اولی فردی سرمنشأ نوآوری و تحول و کارآفرینی سازمان می‌شود، اما در دومی تمامی اعضای شرکت و سازمان

1. Individual Entrepreneurs Independent Entrepreneurship

2. Intrapreneurs Intrapreneurship

3. Entrepreneurial Organization Corporate Entrepreneurship

کارآفرینی سازمانی فرایندی است که طی آن سازمان‌ها، بدون توجه به محدودیت‌ها، فرصت‌های محیطی را شناسایی و با ارائه خدمات و محصولات نوآورانه نیازهای جامعه را در راستای توسعه پایدار تأمین می‌کنند (مقیمی، ۱۳۸۷).

کارآفرینی سازمانی گونه‌ای از کارآفرینی است که جمع یا کل سازمان یا شرکت به صورت گروهی آن را انجام می‌دهند (Harris, 2009).

کارآفرینی سازمانی عبارت است از اقدام به ایجاد سازمان‌های جدید یا بازسازی سازمان‌های بالغ، به‌ویژه کسب‌وکار جدید، و به‌طورکلی پاسخ به فرصت‌ها (Onuoha, 2007; Kelley, 2011; Antoncic and Pordan, 2008). ادامه تحقیقات حاکی از آن است که کارآفرینی سازمانی باعث ارتقای شایستگی‌های سازمانی و توسعه فرصت‌ها از طریق ایجاد نوآوری داخلی می‌شود. ایجاد نوآوری داخلی نیازمند برانگیختن افراد و گروه‌هایی است که تحت تأثیر ویژگی‌های سازمانی قرار دارند (صالحی و شوقی، ۱۳۹۱). همچنین کارآفرینی سازمانی در بقاء، رشد، سودآوری و نوآوری سازمان، به‌ویژه در سازمان‌های بزرگ، تأثیر بسزایی دارد (Heinonen and Korvela, 2004). به همین سبب کارآفرینی سازمانی برای اطمینان از بقاء از طریق بازسازی عملیات سازمان‌ها، تعریف مجدد مفهوم کسب‌وکار، افزایش ظرفیت‌های نوآوری و کیفیت موردنیاز در محیط پویا ضروری است (Echols and Neck, 2015). عوامل کارآفرینی سازمانی را ریسک‌پذیری سازمانی، تحول‌سازمانی، کارآفرینی درون‌سازمانی و شکستن قانون صنعت برشمرده‌اند. از نظر آکتنان و بیولت (2008) کارآفرینی سازمانی شامل چهار بعد نوآوری بالا، ریسک‌پذیری، فعالیت‌های پیشنهادی و رقابت تهاجمی می‌شود.

مدل کارآفرینی اکلس و نک (2015)

در این مدل، مفهوم تأثیر رفتارهای کارآفرینانه فردی و ساختار سازمانی کارآفرینانه در موفقیت کارآفرینانه سازمان بررسی شده است. به عبارت دیگر، این مدل توانایی سازمان را برای بقاء در محیط پویای سرشار از نوآوری نشان می‌دهد (شکل ۱).

شکل ۱ تعامل رفتار کارکنان و ساختار سازمان را نشان می‌دهد که عناصر ضروری برای موفقیت کارآفرینانه سازمان به‌شمار می‌روند. در این مدل، موفقیت کارآفرینانه در قالب ظرفیت نوآورانه‌ای مدنظر قرار گرفته که سازمان را برای بازسازی خود و بقاء در بلندمدت توانا می‌سازد (Echols and Neck, 2015).

کوراتکو و هاجتس (2001) مدل کارآفرینی سازمانی را در توسعه بینش،^۶ تشویق و نوآوری، ایجاد جو کارآفرینانه در سازمان و توسعه تیم‌های کارآفرینی می‌دانند (صالحی و شوقی، ۱۳۹۱).

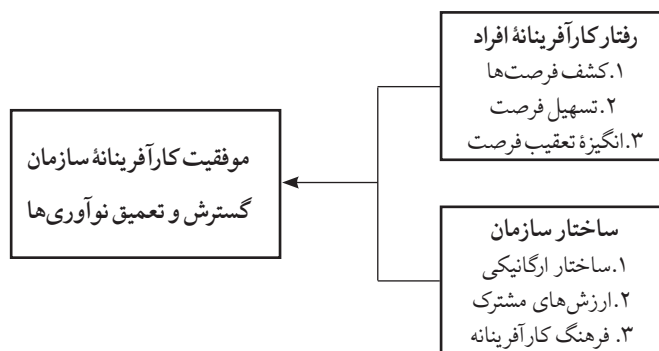
روحیه کارآفرینی دارند و این روحیه نوآوری در همه‌جای سازمان به چشم می‌خورد (منصوری، ۱۳۸۷).

کالینز و مور در سال ۱۹۷۰ این‌طور بیان کردند که کارآفرینان مستقل سازمان‌های جدید را به‌طور مستقل تأسیس می‌کنند، درحالی‌که کارآفرینان سازمانی ساختاری جدید را در درون سازمان ایجاد می‌کنند. کارآفرینی سازمانی رویکردی است که به‌عنوان یک مفهوم ضروری و موردنیاز مدیریت مطرح است (Valkmann et al., 2010). ویژگی مشترک کارکنان در کارآفرینی سازمانی تمرکز بر نوآوری و ارائه محصول جدید است. نکته حائز اهمیت این است که مدیران بدون داشتن کارکنان با انگیزه ذاتی بالا نمی‌توانند به کارآفرینی سازمانی دست یابند.

تعاریف متعدد کارآفرینی سازمانی که در مقالات و کتب گوناگون و از دیدگاه صاحب‌نظران متعدد ارائه شده شباهت قابل‌ملاحظه‌ای به هم دارند. مکنزی و دیکامبو^۱ (1986) بر این نظرنند که فعالیت کارآفرینانه سازمانی از توسعه محصولی جدید تا ایجاد فرایندی اثربخش را شامل می‌شود. جینگ و یانگ^۲ (1990) کارآفرینی سازمانی را فرایند توسعه محصولات یا بازارهای جدید تعریف می‌کنند. کوراتکو، منتاگنو و هورنسبای^۳ (1990) کارآفرینی سازمانی را ایجاد کسب‌وکارهای جدید درون چارچوب شرکت‌های مادر توصیف می‌نمایند. مگرات، بولیند و ونکاتارامان^۴ (1992)، کارآفرینی سازمانی را ابزار شرکت‌ها برای افزایش ثبات اقتصادی در بلندمدت تعریف می‌کنند و از نظر اریلا^۵ (1996) کارآفرینی سازمانی دارای سه بعد است: نوآوری، توسعه محصولات و خدمات و فرایندهای جدید، و ریسک‌پذیری. به‌طورکلی پیرس، با بررسی پیشینه کارآفرینی سازمانی، پی برد که بیشتر تعاریفی که در زمینه کارآفرینی سازمانی مطرح شده آن را فعالیتی نوآورانه در درون سازمان معرفی کرده است (Pearce, 2017). در ادامه به برخی از تعاریفی که در زمینه کارآفرینی سازمانی وجود دارد اشاره می‌کنیم:

کارآفرینی سازمانی مجموعه فعالیت‌هایی است که بهره‌برداری از مزایای رقابتی نوآوری را در یک سازمان امکان‌پذیر می‌سازد و رهیافتی در نهادینه کردن نوآوری در سازمان‌ها است. درحقیقت، کارآفرینی سازمانی دریچه‌ای به‌سوی بهره‌برداری از مزایای رقابتی ماندگار، نوآوری و پیشگامی برای سازمان‌ها قلمداد می‌شود (Kuratko et al., 2005).

1. McKensy and Dicambo
2. Jennig and Young
3. Kuratko, Montagno and Hornsby
4. McGrath, Boulind and Venkataraman
5. Oriella



شکل ۱: مدل کارآفرینی سازمانی اکلس و نک (2015)

۲. پیشینه پژوهش

پیشینه داخلی و خارجی مربوط به جریان دانش و کارآفرینی سازمانی در جدول ۱ آورده شده است.

جدول ۱: پیشینه پژوهش‌های جریان دانش و کارآفرینی سازمانی

ردیف	نویسنده	سال	عنوان	یافته‌ها
۱	کیانژن و چنگ	۲۰۱۸	تأثیر فرایندهای خلق و به‌کارگیری دانش بر اثربخشی سازمانی	نتایج به‌دست آمده نشان می‌دهد که به‌کارگیری دانش تأثیر معناداری بر اثربخشی نوآوری داشته، اما خلق دانش تأثیر معناداری بر اثربخشی نوآوری نداشته است.
۲	ولپل	۲۰۱۶	برانگیختن سازمان‌ها برای نوآوری و خلق ارزش	تقویت نوآوری به‌منزله یکی از بهترین منابع شایستگی و موفقیت کسب‌وکار؛ سازمان‌ها مجبورند مدل‌های سازمانی قبلی را رها کنند و از برانگیختن منابع دانشی پشتیبانی نمایند.
۳	گلویت و ترزیوسکی	۲۰۱۴	بررسی روابط بین مدیریت دانش و عملکرد نوآوری	مدیران شرکت‌های تولیدی، در ارتباط بین مدیریت دانش و نوآوری، باید به فعالیت‌های مدیریت منابع انسانی توجه کنند؛ مدیریت دانش هنگامی به عملکرد نوآوری منجر می‌شود که فعالیت‌های منابع انسانی و فعالیت‌های فناوری اطلاعات به‌کار گرفته شوند.
۴	عربیون، شوقی، دهقان نجم‌آبادی و رضازاده	۲۰۱۲	تبیین ارتباط میان ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی	ارتباط معکوس معناداری بین ساختار سازمانی و ابعاد آن (رسمیت، پیچیدگی و تمرکز) با کارآفرینی سازمانی وجود دارد.
۵	هوی و همکاران	۲۰۰۹	روابط بین گرایش کارآفرینانه و عملکرد با فرایند ایجاد دانش در بین کارآفرینان در تایوان	تأثیر مستقیم گرایش کارآفرینانه و عملکرد به نسبت زمانی که گرایش کارآفرینانه از طریق فرایند ایجاد دانش بر عملکرد تأثیر می‌گذارد کمتر است. در نتیجه گرایش کارآفرینانه با عملکرد ارتباط مثبت دارد و فرایند ایجاد دانش نقش واسطه را ایفا می‌کند.
۶	کلی و همکاران	۲۰۰۹	تأثیرات گرایش کارآفرینانه و قابلیت مدیریت دانش بر اثربخشی سازمانی با نقش تعدیل‌کنندگی سرمایه اجتماعی	به‌کارگیری دانش تأثیر معناداری بر اثربخشی نوآوری داشته، اما خلق دانش تأثیر معناداری بر اثربخشی نوآوری نداشته است.

ردیف	نویسنده	سال	عنوان	یافته‌ها
۷	سالاریان و کیاکجوری	۱۳۹۴	بررسی رابطه بین مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی	رابطه مثبت و معناداری بین مدیریت دانش و مؤلفه‌های آن از جمله کسب، خلق، ثبت، انتقال و کاربرد دانش با کارآفرینی سازمانی در کارکنان اداره کل بنادر و دریانوردی استان مازندران وجود دارد.
۸	داوودی و شوقی	۱۳۹۵	بررسی ارتباط میان اثربخشی سازمان با خلاقیت کارکنان	ارتباط معناداری بین خلاقیت کارکنان با اثربخشی سازمان و ابعاد آن (کیفیت خدمات، رضایت ذی‌نفعان، افزایش سهم بازار و سودآوری) وجود دارد.
۹	تاج‌گردون و همکاران	۱۳۹۳	مدل جریان دانش در ارتباط دانشگاه و صنعت	ابتدا چارچوب مفهومی مدل‌سازی جریان دانش ارائه شده که با استفاده از آن می‌توان نگرشی جامع به مدل‌سازی جریان دانش داشت. این چارچوب ماتریسی شش‌درشش است که سطوح آن منظرهای فراسازمان، سازمان، گروه، نقش، افراد و ماشین است و ستون‌های آن جنبه‌های چرا، چه چیز، چه کس، چگونه، چه وقت و کجا است. سپس با استفاده از این چارچوب مدل جریان دانش در ارتباط دانشگاه و صنعت طراحی شده که مبتنی بر بازارهای دانشی است و نهادهای دانشگاهی و صنعتی را به همراه نهاد نظارت و پشتیبانی از جریان‌های دانشی در نظر می‌گیرد. در این مدل ۲۷ نوع جریان دانش تبیین شده که رخداد آن‌ها به معنای وقوع یک معامله دانشی است که طرفین آن فروشنده و خریدار بسته دانشی است که بسته به نحوه آغاز جریان دانش در یک مناقصه یا مزایده شرکت می‌کنند.
۱۰	حسین‌زاده و شوقی	۱۳۹۲	ارتباط میان روش حل مسئله شهودی با رفتار نوآورانه و کارآفرینی سازمانی	ارتباط معناداری بین سبک حل مسئله شهودی با رفتار نوآورانه و ابعاد آن (تولید ایده، پشتیبانی از ایده و عمل کردن به ایده)، همچنین بین سبک حل مسئله شهودی با کارآفرینی سازمانی و ابعاد آن (نوآوری بالا، ریسک‌پذیری، فعالیت‌های پیشنهادی و رقابت تهاجمی) وجود دارد.
۱۱	حسین‌زاده، شوقی، رضازاده، دهقان نجم‌آبادی	۱۳۹۱	تبیین ارتباط میان عوامل اثرگذار بر منابع انسانی و خلاقیت کارکنان (مطالعه موردی: شرکت آلومینیوم پارس)	ارتباط معناداری بین عوامل اثرگذار در منابع انسانی (انتخاب، آموزش، تحرک کارکنان، امنیت شغلی، طراحی شغل، پاداش، ارزیابی نتایج و مشارکت) با خلاقیت کارکنان وجود دارد.
۱۲	شفیع‌زاده، شوقی، رضازاده، دهقان نجم‌آبادی	۱۳۹۱	تبیین ارتباط میان هوش سازمانی و خلاقیت کارکنان (مطالعه موردی: شرکت بهینه تکنیک)	ارتباط معناداری بین هوش سازمانی و ابعاد آن (چشم‌انداز راهبردی، سرنوشت مشترک، میل به تغییر، روحیه کارکنان، اتحاد و توافق کارکنان، کاربرد دانش و فشار عملکرد) با خلاقیت کارکنان وجود دارد.
۱۳	آقاجانی، شوقی، دهقان نجم‌آبادی و رضازاده	۱۳۹۱	تبیین ارتباط میان سازمان یادگیرنده و کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه: شرکت بهینه تکنیک)	ارتباط معناداری بین سازمان یادگیرنده و ابعاد آن (پویایی‌های یادگیری، تحول سازمانی، توانمندسازی افراد، مدیریت دانش و کاربرد فناوری) با کارآفرینی سازمانی وجود دارد.

ردیف	نویسنده	سال	عنوان	یافته‌ها
۱۴	عربیون، آقاجانی، شوقی و رضازاده	۱۳۹۱	تبیین ارتباط میان رهبری تحول‌آفرین و کارآفرینی سازمانی	ارتباط معناداری بین رهبری تحول‌آفرین و ابعاد آن (نفوذ آرمانی، انگیزش الهام‌بخش، برانگیختگی ذهنی و توجه و ملاحظات فردی) با کارآفرینی سازمانی وجود دارد.
۱۵	فخاریان و شوقی	۱۳۹۱	بررسی ارتباط میان فناوری اطلاعات و خلاقیت کارکنان سازمان	ارتباط معناداری بین خلاقیت کارکنان و ابعاد آن (ابتکار، انعطاف‌پذیری، قابلیت بسط و قابلیت سیالی) با فناوری اطلاعات وجود دارد.
۱۶	عربیون، شوقی، دهقان نجم‌آبادی و رضازاده	۱۳۹۱	تبیین ارتباط میان سرمایه اجتماعی و خلاقیت کارکنان	ارتباط معناداری بین خلاقیت کارکنان با سرمایه اجتماعی و همچنین ابعاد آن (ساختاری و شناختی) وجود دارد.
۱۷	عربیون، شوقی، دهقان نجم‌آبادی و رضازاده	۱۳۹۱	تبیین ارتباط میان سرمایه اجتماعی و خلاقیت کارکنان	ارتباط معناداری بین خلاقیت کارکنان با سرمایه اجتماعی و همچنین ابعاد آن (ساختاری و شناختی) وجود دارد.
۱۸	عربیون، رضازاده، دهقان نجم‌آبادی و شوقی	۱۳۹۱	تبیین ارتباط میان مهارت‌های کارآفرینی و کارآفرینی سازمانی	ارتباط معناداری بین مهارت‌های کارآفرینی و ابعاد آن (مهارت شخصی، مدیریتی و فنی) با کارآفرینی سازمانی وجود دارد.
۱۹	شوقی، حسین‌زاده و مولایی	۱۳۹۱	بررسی ارتباط میان ابعاد مدیریت دانش و عوامل کلیدی مؤثر بر آن با خلاقیت کارکنان	ارتباط معناداری بین خلاقیت کارکنان با مدیریت دانش، ابعاد تولید دانش، سازمان‌دهی دانش، توزیع دانش و کاربرد دانش و همچنین عوامل کلیدی مؤثر بر آن (افراد، فناوری، فرهنگ و فرایند) وجود دارد.
۲۰	شوقی، صالحی و هویدا	۱۳۹۱	بررسی ارتباط میان رهبری خدمتگزار و خلاقیت کارکنان	ارتباط معناداری بین خلاقیت کارکنان با رهبری خدمتگزار و ابعاد آن (تواضع و فروتنی، قابلیت اعتماد، خدمات‌رسانی و مهربوری) وجود دارد.
۲۱	شوقی، حسین‌زاده و مولایی	۱۳۹۱	بررسی ارتباط میان ابعاد مدیریت دانش و عوامل کلیدی مؤثر بر آن با خلاقیت کارکنان	ارتباط معناداری بین خلاقیت کارکنان با مدیریت دانش، ابعاد تولید دانش، سازمان‌دهی دانش، توزیع دانش و کاربرد دانش و همچنین عوامل کلیدی مؤثر بر آن (افراد، فناوری، فرهنگ و فرایند) وجود دارد.
۲۲	شفیع‌زاده و شوقی	۱۳۹۱	بررسی ارتباط میان سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی	ارتباط معناداری بین کارآفرینی سازمانی با سرمایه اجتماعی و همچنین ابعاد آن (ساختاری و شناختی) وجود دارد.
۲۳	شفیع‌زاده، فخاریان و شوقی	۱۳۹۰	بررسی ارتباط میان کارآفرینی سازمانی و عوامل سازمانی مدیریت دانش	ارتباط معناداری بین کارآفرینی سازمانی و ابعاد آن (نوآوری، ریسک‌پذیری، فعالیت‌های پیش‌تازانه و رقابت‌تهاجمی) با عوامل سازمانی مدیریت دانش (فرهنگ دانش‌آفرین، فرایند دانش‌محور، ساختار دانش‌محور، منابع دانش، درگاه‌های دانش و رهبری دانش) وجود دارد.
۲۴	شفیع‌زاده، داوودی و شوقی	۱۳۹۰	ارتباط میان روش حل مسئله شهودی و خلاقیت کارکنان	ارتباط معناداری بین روش حل مسئله شهودی با خلاقیت کارکنان و ابعاد آن (ابتکار، انعطاف‌پذیری، بسط و سیالی) وجود دارد.
۲۵	شوقی، شفیقی و فخاریان	۱۳۹۰	ارتباط میان روش حل مسئله شهودی و کارآفرینی سازمانی	ارتباط معناداری بین سبک حل مسئله شهودی با کارآفرینی سازمانی و ابعاد آن (نوآوری بالا، ریسک‌پذیری، فعالیت‌های پیش‌تازانه و رقابت‌تهاجمی) وجود دارد.

۳. روش‌شناسی پژوهش

پژوهش پیش رو از نوع مروری است و از متون کتابخانه‌ای و پایگاه‌های اطلاعاتی گوناگون، برای تدوین مقاله، استفاده شده است. مقاله مروری آخرین تحقیقات درباره موضوعی تحقیقی را به گونه‌ای خلاصه و سازمان‌دهی می‌کند که بتواند به دیگران در فهم و تجمیع آن موضوع کمک کند.

این پژوهش از نوع مروری است، زیرا در ابتدا کلیاتی درباره جریان دانش و کارآفرینی سازمانی از قبیل مفاهیم و تعاریف، پیامدها و... بیان شده است. این اطلاعات و منابع به شیوه کتابخانه‌ای در تمامی منابع معتبر (شامل کتاب، مقاله‌ها و مجله‌ها، سایت‌ها، دیسک‌های رایانه‌ای، اسناد، نشریه‌های رسمی و دولتی، اسناد شخصی و خصوصی، مطبوعات، آمارنامه‌ها و

اسناد صوتی و تصویری) بررسی شده و اطلاعات مفید با استفاده از ابزارهایی مانند فیش، جدول، نقشه، فرم‌های شبه پرسش‌نامه یا ترکیبی از همه آن‌ها استخراج شده است. تعداد خبرگان پژوهش، بر اساس جامعه دردسترس، چهارده نفر برآورد شده است. این افراد از مبانی مدیریت و فرایندهای دانشی آگاهی کامل داشته و در حوزه کارآفرینی فعالیت داشته‌اند. همچنین میانگین سابقه کاری آن‌ها ۲۲ سال بوده که نشان‌دهنده تجربه غنی آن‌ها در این حوزه است. فرایند انجام پژوهش بدین صورت است که در ابتدا جداول اولیه مدل‌ها و مشخصات آن‌ها در اختیار خبرگان قرار گرفت و از آن‌ها خواسته شد درباره هر یک از مدل‌ها از لحاظ رهیافت نهادگرایی، رهیافت ماهیت‌گرا و رهیافت عمل‌گرا

جدول ۲: مقایسه مدل‌های جریان دانش از نظر امکان استفاده در ارتباط صنعت و دانشگاه و توجه به عمل‌گرایی، نهادگرایی و ماهیت‌گرایی

ماهیت‌گرا	نهادگرا	عمل‌گرا	نقش مدل در کارآفرینی سازمانی	مدل جریان دانش
-	-	++	برای استفاده از این مدل باید افراد دارای جایگاه علمی و افرادی از سازمان در قالب گروه‌های کاری مشترک گرد هم جمع شوند و تعامل و تبادل دانشی داشته باشند.	بوردتسکی و دالک
+	-	++	برای استفاده از این مدل باید نیازهای سازمان به دانش اعلام شوند و این نیازها را افراد خبره در دانشگاه برآورده سازند.	جوولین و همکاران
+	-	-	آموزش افراد درگیر در سازمان، متناسب با نیاز، در قالب دوره‌های کوتاه‌مدت آموزشی خاص در مؤسسات آموزشی با استفاده از این مدل انجام‌پذیر است. به بیان دیگر، دانشگاه بستری برای خلق ایده‌های نوی است که باید در داخل سازمان جهت‌دهی شوند؛ بدین طریق ارتباط میان جریان دانش و کارآفرینی سازمانی برقرار می‌شود.	ژاکوبسن و کاکولا
+	-	-	برگزاری دوره‌های آموزش‌های عمومی در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی برای متقاضیان کار در سازمان‌ها به گونه‌ای که مهارت‌های عمومی برای تعامل در سازمان را به‌دست آورند.	اولیور
+	-	+	استفاده از این مدل برای برقراری ارتباط مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی در صورتی امکان‌پذیر است که دانشگاه خدمت‌دهنده دانشی و صنعت مشتری در نظر گرفته شود و با توجه به نوع ایده‌ها نیاز سازمان به دانش خاص تعیین می‌شود.	جراحی و گنگاوری
-	-	+	این مدل برای جریان‌های دانش درون سازمان طراحی شده و بدین نکته اشاره دارد که هر سازمان باید بسته به نیازهای خاص خود، که برگرفته از ایده‌های کارآفرینانه است، دانش لازم را تولید کند که این باید در بستر تحقیق و توسعه انجام پذیرد.	دونگ و همکاران
++	-	++	این مدل برای برقراری ارتباط میان چند سازمان است که یک سازمان دارای دانشی خاص است و سازمان دیگر ایده‌ای دارد که نیازمند به‌کارگیری دانش خاص سازمان مقابل است. این مدل بسیار مفهومی است و جریان دانش را بین سازمانی در نظر می‌گیرد و هیچ تدبیری در خصوص نحوه انجام فرایندهای اصلی تولید، انتقال، کاربرد، پذیرش و جذب دانش ارائه نمی‌دهد. همچنین جریان‌های دانش درون سازمانی را در نظر نمی‌گیرد.	یوسیف

پشتیبانی می‌کند، تا حدی پشتیبانی می‌کند و پشتیبانی نمی‌کند. این مقایسه با استفاده از نظر خبرگان انجام شده است.

با توجه به مدل‌ها و ابعاد کارآفرینی سازمانی، می‌توان نقش جریان دانش را در مدل‌ها بررسی کرد. در جدول ۳ مدل‌های کارآفرینی سازمانی از نظر استفاده از جریان دانش در فرایند کارآفرینی سازمانی بررسی شده و سه جنبه توجه به نهادهای مؤثر بر کارآفرینی سازمانی (رهیافت نهادگرایی)، توجه به ماهیت عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی (رهیافت ماهیت‌گرا) و توجه به اثربخشی سریع و مقطعی (رهیافت عمل‌گرا) در نظر گرفته شده است. در جدول ۳، سه مدل جریان دانش توصیف شده از سه جنبه با یکدیگر مقایسه شده‌اند. برای مقایسه از سه علامت: «+++»، «++» و «-» استفاده شده که به ترتیب بدین معنی است: کاملاً پشتیبانی می‌کند، تا حدی پشتیبانی می‌کند و پشتیبانی نمی‌کند. این مقایسه با استفاده از نظر خبرگان انجام شده است.

اظهار نظر کنند. سپس تغییرات ایجاد و اصلاحات لازم اعمال شد و در نهایت مدل‌ها مقایسه شد و به تأیید خبرگان رسید.

۴. تبیین نقش جریان دانش در کارآفرینی سازمانی

مقایسه نقش مدل‌های جریان دانش در کارآفرینی سازمانی

در مقایسه مدل‌های گوناگون جریان دانش، از نظر به‌کارگیری آن برای تسهیل و رونق کارآفرینی سازمانی، می‌توان جنبه توجه به نهادهای مؤثر بر جریان دانش (رهیافت نهادگرا)، توجه به ماهیت عوامل مؤثر بر جریان دانش (رهیافت ماهیت‌گرا) و توجه به اثربخشی سریع و مقطعی (رهیافت عمل‌گرا) را در نظر گرفت. در جدول ۲، هفت مدل جریان دانش توصیف شده از این سه جنبه با یکدیگر مقایسه شده است. برای مقایسه از سه علامت «+++»، «++» و «-» استفاده شده که به ترتیب بدین معنی است: کاملاً

جدول ۳: مقایسه مدل‌های کارآفرینی سازمانی از نظر امکان استفاده در ارتباط صنعت و دانشگاه و توجه به عمل‌گرایی، نهادگرایی و ماهیت‌گرایی

ماهیت‌گرا	نهادگرایی	عمل‌گرایی	نقش جریان دانش در مدل کارآفرینی سازمانی	مدل کارآفرینی سازمانی
-	++	+	این مدل توسعه یا ارتقای محصولات و خدمات و همچنین فناوری‌ها را در تولید بخشی از نوآوری سازمانی قرار داده که منشأ ورود جریان دانش به مدل به حساب می‌آید.	آکتان و بیولت
+	+	+	این مدل بیان می‌دارد که نوآوری ابزار لازم برای کارآفرینی است. از این‌رو سازمان‌ها باید نوآوری را عامل اصلی در راهبردهای خود بدانند و آن را توسعه دهند. بنابراین به توسعه دانش اختصاصی نیاز است که جریان مختص به خود را می‌طلبد.	کوراتکو و هاجتس
++	-	+	در این مدل موفقیت کارآفرینانه در قالب ظرفیتی نوآورانه مدنظر قرار می‌گیرد که سازمانی را برای بازسازی و بقای خود در بلندمدت توانا می‌سازد و همچنین بر نقش کارآفرینی فردی نیز تأکید می‌شود، بنابراین باید دانش لازم متناسب با فرصت‌های شناسایی شده به سازمان تزریق شود.	اکلس و نک

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

می‌شود. با توجه به اهمیت کارآفرینی برای ایجاد مزیت رقابتی، سازمانی موفق خواهد بود که با ایجاد بسترهای لازم از فرایند کارآفرینی پشتیبانی کند. در گذشته تحقیقات بسیاری در خصوص بسترهای کارآفرینی سازمانی (فرهنگ، ساختار، شبکه، سرمایه اجتماعی و...) صورت گرفته است. با توجه به نتایج پژوهش می‌توان گفت که یکی از مهم‌ترین عوامل کارآفرینی سازمانی مدیریت دانش است که در گذشته کمتر به آن توجه شده است. بی‌تردید یکی از مهم‌ترین بسترها برای توسعه کارآفرینی کسب

بهره‌برداری صحیح از تحولات سریع علم و فناوری مستلزم دراختیارداشتن دانش روزآمد است که موجب بهره‌گیری سازمان‌ها از مدیریت دانش و فرایندهای آن می‌شود. در سال‌های اخیر، نوآوری به‌منزله یکی از دستاوردهای مدیریت دانش که برای سازمان ایجاد مزیت رقابتی می‌کند مورد توجه قرار گرفته است. در این سال‌ها منبع اصلی مزیت رقابتی از کارایی و کیفیت به کارآفرینی و نوآوری تغییر یافته است. کارآفرینی همان نیرویی است که امروزه از آن با عنوان موتور محرک رشد و توسعه یاد

و به‌کارگیری دانش است. به‌طوری‌که پژوهشگران بیان می‌کنند، مزیت رقابتی پایدار فقط از طریق به‌کارگیری دانش برای نوآوری به‌دست می‌آید. از این رو چندی است که، ازسوی پژوهشگران مدیریت دانش سازمانی، کسب و به‌کارگیری دانش در حکم یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت کسب‌وکارها در شرایط رقابتی موردتوجه قرار گرفته است.

در این مقاله به بررسی تأثیر رویکرد جریان دانش در کارآفرینی سازمانی پرداخته شده است. نگرش به موضوع تأثیر جریان دانش در کارآفرینی سازمانی بسیار ارزشمند است، زیرا دانش و مدیریت جریان آن نقشی تأثیرگذار و غیرقابل‌انکار در ایجاد ایده‌ها و کاربردی‌شدن ایده‌های کارآفرینانه در سازمان‌ها دارد. کارآفرینی سازمانی نیازمند ابزارهای توسعه و عملیاتی‌سازی ایده‌هاست و از نگاهی دیگر، طبق بیان وُلپل (2016)، ایجاد ایده جدید به نگرشی جدید و دریافت دانشی جدید نیاز دارد. بنابراین ایجاد و مدیریت جریان دانش در سازمان ازیک‌سو باعث ایجاد ایده‌های جدید می‌شود و ازسوی دیگر باعث می‌شود ایده‌های بالقوه و مسکوت در سازمان عملی شوند. بررسی مدل‌های موجود جریان دانش مشخص نمود که جریان دانش بستری است که، با تأمین نیاز کارآفرینانه سازمان، ایده‌های مناسب سازمان را پرورش می‌دهد و در مسیر تکامل و توسعه یاری می‌کند. ازمنظر مدل‌های کارآفرینی سازمانی مشخص شد که مجرای اصلی تأثیرگذاری جریان دانش بر کارآفرینی سازمانی توسعه دانش در سازمان و توسعه ایده‌ها، اختراعات و اکتشافات است. بنابراین نقش جریان دانش در کارآفرینی سازمانی غیرقابل‌انکار و نیازمند توسعه و مدل‌سازی بیشتر است.

در پایان، پیشنهادهایی برای ارتقای سازمان‌ها و شرکت‌ها ارائه می‌شود:

- شرکت‌ها و سازمان‌ها، متناسب با بستر فعالیت خود، دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی را بر اساس دانش لازم برگزار کنند تا بین کارکنان بخش‌های سازمان احساس همراهی ایجاد شود و ایده‌های جدید ازسوی کارکنان ارائه و پیگیری شود.
- برای افزایش توان توسعه دانش سازمان، بخش‌های تحقیق و توسعه در سازمان‌ها و شرکت‌ها ایجاد شود و توسعه یابد و رویکردهای جدیدی در جریان دانش سازمان تعیین شود.
- روزآمدکردن دانش و ایجاد جرقه ذهنی در سرمایه‌های دانشی سازمان و نیز بهره‌گیری از مشتری در جریان دانشی موجب رونق و توسعه کسب‌وکار می‌شود.

منابع

- و تولید ملی. قم، ۲۳ و ۲۴ شهریور ۱۳۹۱.
- آقاجانی، طهمورث، عزیزی، غلامرضا و شوقی، بهزاد (۱۳۹۱). «تبیین ارتباط میان هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه: شرکت کاریزان خودرو)». همایش ملی علوم مدیریت نوین، ۵ شهریور ۱۳۹۱، گرگان.
- اخوان، پیمان، حیدری دهبویی، جلیل و زاهدی، محمدرضا (۱۳۹۶). استخراج دانش فنی کارکنان. تهران: دانشگاه صنعتی مالک اشتر، چاپ اول.
- اخوان، پیمان، زاهدی، محمدرضا و نجفی یارندی، محمدعلی (۱۳۹۲). کارآفرینی از ایده تا عمل. همدان: نشرمدیر، چاپ اول.
- برگرون، برایان (۱۳۸۷). اصول مدیریت دانش. ترجمه منوچهر انصاری. تهران: انتشارات مؤسسه کتاب مهربان نشر، چاپ دوم.
- تاج‌گردون، محمدقائم، منظوری شلمانی، محمدتقی و حبیبی، جعفر (۱۳۹۳). «مدل جریان دانش در ارتباط دانشگاه و صنعت». فصلنامه انجمن آموزش عالی ایران، دوره ۶، شماره ۱، ص ۵۵-۸۵
- جعفرزاده، مرتضی (۱۳۸۶). «مسائل آغاز به کار در شرکت‌های کارآفرین». مدیریت دانش سازمانی، سال سوم، شماره ۲۵، ص ۹۱-۱۰۳.
- حسین‌زاده، داوود و شوقی، بهزاد (۱۳۹۲). «ارتباط میان روش حل مسئله شهودی با رفتار نوآورانه و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: شرکت رانیران)». چهارمین کنفرانس ملی مهندسی و مدیریت نوآوری، ۷ و ۸ خرداد ۱۳۹۱، هتل المپیک تهران.
- حیدری تفرشی، مهرداد (۱۳۸۶). «ارتباط بین ساختار سازمانی و خلاقیت مدیران ستادی سازمان تربیت بدنی». توسعه کارآفرینی. شماره ۸، ص ۱۸-۴۰.
- داوودی، امیرحسین و شوقی، بهزاد (۱۳۹۵). «بررسی ارتباط میان اثربخشی سازمان با خلاقیت کارکنان (مطالعه موردی: شرکت کاوه ایاف)». چهارمین کنفرانس ملی مهندسی و مدیریت نوآوری، هتل المپیک تهران، ۷ و ۸ خرداد ۱۳۹۱.
- زاهدی، محمدرضا، حسینی، رضا، حاج‌قاسمی، رضا و دهقان ده‌جمالی، حسن (۱۳۹۴). «طراحی مدل سرمایه‌فکری در سازمان‌های پژوهش محور». فصلنامه مطالعات بین‌رشته‌ای دانش راهبردی شماره ۲۱، صفحه ۳۱-۵۶
- سالاریان، محسن و کیاکجوری، داود (پاییز ۱۳۹۴). «بررسی رابطه بین مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: اداره کل بنادر و دریانوردی استان مازندران)». صنعت حمل‌ونقل دریایی، دوره ۱، شماره ۲، ص ۶۵-۷۳.
- شفیع‌زاده، رضا و شوقی، بهزاد (۱۳۹۱). «بررسی ارتباط میان سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: صنایع ریخته‌گری شهر صنعتی کاوه)». اولین همایش ملی مدیریت و کارآفرینی، خوانسار، ۲۷ و ۲۸ مرداد ۱۳۹۱.
- شفیع‌زاده، رضا، داوودی، امیرحسین و شوقی، بهزاد (۱۳۹۰). «ارتباط میان روش حل مسئله شهودی و خلاقیت کارکنان (مطالعه موردی: شرکت کاریزان خودرو)». دومین کنفرانس بین‌المللی استراتژی‌ها و تکنیک‌های کشف و حل مسئله. تهران: مجتمع فرهنگی آموزشی راهبردی، ۳ و ۴ اسفند ۱۳۹۰.
- شفیع‌زاده، رضا، فخاریان، محمد و شوقی، بهزاد (۱۳۹۰). «بررسی ارتباط میان عوامل سازمانی مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی شرکت آلومینیوم پارس)». چهارمین کنفرانس مدیریت دانش، ۲۵ و ۲۶ بهمن ۱۳۹۰، مرکز همایش‌های بین‌المللی رازی تهران.
- شفیع‌زاده، رضا، شوقی، بهزاد، رضازاده، آرش، دهقان نجم‌آبادی، عامر

آقاجانی، طهمورث، شوقی، بهزاد، دهقان‌نجم‌آبادی، عامر و رضازاده، آرش (۱۳۹۱). «تبیین ارتباط میان سازمان یادگیرنده و کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه: شرکت بهینه تکنیک)». اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، نوآوری

- قناتی، سوسن، کردنائیچ، اسدالله و یزدانی، حمیدرضا (۱۳۹۶). «بررسی وضعیت فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در دانشگاه تهران». توسعه کارآفرینی، دوره ۳، شماره ۴، ص ۱۱۵-۱۲۳.
- مقیمی، سیدمحمد (۱۳۸۷). کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی (پژوهش در سازمان های غیردولتی ایران). تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- منصوری، سمیه (۱۳۸۷). «بررسی و شناخت ویژگی های شخصیتی مدیران زن باشگاه های ورزشی شهر تهران». پایان نامه کارشناسی ارشد تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تربیت مدرس تهران.
- Aktan, B. and Bulut, C. (2008). "Financial Performance Impacts of Corporate Entrepreneurship in Emerging Markets: A case of Turkey". *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, available at: www.eurojournalsn.com.
- Antoncic, B. and Pordan, I. (2008). "Alliances, Corporate Technological Entrepreneurship and Firm Performance: Testing a Model on Manufacturing Firms". www.elsevier.com/locate/technovation.
- Arabiun, A., Shoghi, B., Dehghan Najm Abadi, A. and Rezazadeh, A. (2012). "The Relationship between Organizational Structure and Corporate Entrepreneurship". 1st International Conference On Management, Innovation, and National Production, Qom, 14 and 15 September.
- Blackler, F. (2013). "The Knowledge, Knowledge Work and Organization: An Overview and Interpretation". *Organization Studies*, Vol. 6, no.16, pp.1021-1046.
- Boisot, M. H. (2014). *Knowledge Assets: Securing Competitive Advantage in the Information Economy*. Oxford University Press.
- Bordetsky, A. and Dolk, D. (2013). "A Conceptual Model for Network Decision Support Systems". *In System Sciences (HICSS)*, 2013 46th Hawaii International Conference on IEEE, pp. 1212-1221.
- Cornwall, J. and Perlman, B. (1990). *Organizational Entrepreneurship*. Richard Irwin.
- Cortes, A. F. (2012), "Thinking Carefully about Knowledge Management", Available at: www.forbs.com
- Dalkir, (2011). *Entrepreneurship: a Planning Approach*. West publishing Copmany.
- Dawson, M. and Claudia, A. (2017). "Some (۱۳۹۱). «تبیین ارتباط میان هوش سازمانی و خلاقیت کارکنان (مطالعه موردی: شرکت بهینه تکنیک)». اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، نوآوری و تولید ملی، قم، ۲۳ و ۲۴ شهریور ۱۳۹۱.
- شوقی، بهزاد، حسین زاده، داوود و مولایی، علی (۱۳۹۱). «بررسی ارتباط میان ابعاد مدیریت دانش و عوامل کلیدی مؤثر بر آن با خلاقیت کارکنان (مطالعه موردی: شرکت کاریزان خودرو شهر صنعتی کاوه)». اولین همایش ملی حسابداری و مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نور، ۲۷ اردیبهشت ۱۳۹۱.
- شوقی، بهزاد، شفیعی زاده، رضا و حسین زاده، داوود (۱۳۹۱). «تبیین ارتباط میان هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: شرکت کاریزان خودرو)». همایش ملی علوم مدیریت نوین، گرگان، ۵ شهریور ۱۳۹۱.
- شوقی، بهزاد، شفیعی، فاطمه و فخاریان، محمد (۱۳۹۰). «ارتباط میان روش حل مسئله شهودی و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: شرکت آلومینیوم پارس)». دومین کنفرانس بین المللی استراتژی ها و تکنیک های کشف و حل مسئله، ۳ و ۴ اسفند ۱۳۹۰، مجتمع فرهنگی آموزشی راهبردی تهران.
- شوقی، بهزاد، صالحی، سید محمد و هویدا، احمد (۱۳۹۱). «بررسی ارتباط میان رهبری خدمتگزار و خلاقیت کارکنان (مطالعه موردی: شرکت آلومینیوم پارس شهر صنعتی کاوه)». چهارمین کنفرانس ملی مهندسی و مدیریت نوآوری، هتل المپیک تهران، ۷ و ۸ خرداد ۱۳۹۱.
- شوقی، بهزاد، نظری، ستار و رضازاده، آرش (۱۳۹۱). «تبیین ارتباط میان هوش سازمانی و خلاقیت کارکنان (مطالعه موردی: شرکت بهینه تکنیک)». اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، نوآوری و تولید ملی، قم، ۲۳ و ۲۴ شهریور ۱۳۹۱.
- صالحی، سید یوسف و شوقی، بهزاد (۱۳۹۱). کارآفرینی سازمانی (مفاهیم، تعاریف و نظریه ها). تهران: انتشارات راز نهران.
- صمدآقایی، جلیل (۱۳۸۲). سازمان های کارآفرین. تهران: انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- عربیون، ابوالقاسم، رضازاده، آرش، دهقان نجم آبادی، عامر و شوقی، بهزاد (۱۳۹۱). «تبیین ارتباط میان مهارت های کارآفرینی و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: شرکت آلومینیوم پارس)». همایش ملی علوم مدیریت نوین، گرگان، ۵ شهریور ۱۳۹۱.
- عربیون، ابوالقاسم، شوقی، بهزاد، دهقان نجم آبادی، عامر و رضازاده، آرش (۱۳۹۱). «تبیین ارتباط میان سرمایه اجتماعی و خلاقیت کارکنان (مطالعه موردی: صنایع ریخته گری شهر صنعتی کاوه)». همایش ملی علوم مدیریت نوین، گرگان، ۵ شهریور ۱۳۹۱.
- عربیون، ابوالقاسم، آقاجانی، طهمورث، شوقی، بهزاد و رضازاده، آرش (۱۳۹۱). «تبیین ارتباط میان رهبری تحول آفرین و کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه: کاوه الیاف)». اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، نوآوری و تولید ملی، قم، ۲۳ و ۲۴ شهریور ۱۳۹۱.
- عزتی، منصور و سیدنقوی، میرعلی (۱۳۸۸). مبانی کارآفرینی. تهران: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی.
- فخاریان، محمد و شوقی، بهزاد (۱۳۹۱). «بررسی ارتباط میان فناوری اطلاعات و خلاقیت کارکنان سازمان (مطالعه موردی: شرکت لاستیک پارس شهر صنعتی کاوه)». چهارمین کنفرانس ملی مهندسی و مدیریت نوآوری، هتل المپیک تهران، ۷ و ۸ خرداد ۱۳۹۱.

- Organizational Factors Affecting Creativity: A Case Study in Spain Companies". *Journal of Management Development*, 28 (3), pp.19-38.
- Dong, S, Johar, M. and Kumar, R. (2012). "Understanding Key Issues in Designing and Using Knowledge Flow Networks: An Optimization-based Managerial Benchmarking Approach". *Decision Support Systems*, 53 (3), pp. 646-659.
- Dong, D, Edvinson, L. and Malon, M. (2012). *Intellectual Capital: The Proven Way to Establish Your Companys Real Value by Mrasuring Its Hidden Brainpower*. London: Pitkus.
- Echoles, A. and Neck, C. (2015). "The Impact of Behavior and Structure on Corporate Entrepreneurial Success". *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 13, pp. 38-46.
- Furst, R. M. (2005). "An Exploration of Corporate Entrepreneurship: Venturing Signatures and Their Underlying Dynamics". From www.Wilkes.Edu/Include/Academics/Gradbulletin_0304.Pdf
- Harris, J.D. (2009). "Ethics and Entrepreneurship". *Journal of Business Venturing*, 24 (3).pp.19-28.
- Heinonen, J. and Korvela, K. (2004). *How about Measuring Intrapreneurship?.Turku School of Economics and Business Administration*, Turku, Finland, pp.1-18.
- Jakobson, A. and Cakula, S. (2013). "Information Flow Modeling to Provide Sustainable Cooperation between Educational Institutions and Entrepreneurs". *Recent Advances in Educational Technologies*. WSEAS Press, pp. 88-93.
- Jarrahi, A. and Kangavari, M. R. (2012). *An Architecture for Context-Aware Knowledge Flow Management Systems*. arXiv preprint arXiv:1206.0184.
- Kelley, D. (2011). "Sustainable Corporate Entrepreneurship". *Business Horizons*, Vol. 54, pp. 73-83.
- Kiangan, M. and Cheng, D. E. (2018). "The Impact of Knowledge Processes on the Effectiveness of Organizations", *Organization Studies*, Vol.4, No14, pp. 335-343
- Kuratko, D.F., Hornsby, J.S. and Bishop, J. W. (2005). "Managers Corporate Entrepreneurial Actions and Job Satisfaction". *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7 (4), pp. 271-291.
- Kuratko, D. and Hodgetts, R. (2001). *Entrepreneurship: A Contemporary Approach*. Harcourt College Publisher.
- Lingxi, C. (2006). *Teaching Smart People How to Learn*. Harvard Business Review, Vol. 3, no. 69, pp. 99-109.
- Oliver, G. R. (2013). "A Micro Intellectual Capital Knowledge Flow Model: a Critical Account of IC Inside the Classroom". *Journal of Intellectual Capital*, 14 (1), pp. 145-162.
- Onuoha, G. (2007). "Entrepreneurship". *AIST International Journal*, 10 (5), pp. 20-32.
- Pearce, j. W. (2017). *Western Carolina Univeraity*. 1 (2), pp. 22-31.
- Valkmann, C. k., Tokarski, K. O. and Grunhagen, M. (2010). *Entrepreneurship in a European Perspective Concepts for the Creation and Growth of New Ventures*. Germany, Berlin: Gabler Verlag
- Volpeol, G. D. (2016). "Encouraging Organizations to Innovate and Create Value". *Journal of Knowledge Management*, Vol. 1, no. 5, pp. 68-75.
- Yousif, A. (2010). "Defining a Knowledge Exchange Model: Exploring Knowledge Transfer Activities of Internationally Oriented High-tech SMEs". *Masters Thesis*, University of Twente.
- Zahedi, M. R., Ramezan, M. and Hajjighasemi, R. (2019). "Prioritizing the Components of Intellectual Capital in Technology-based Organizations Using the FGAHP Method". *International Academic Journal of Organizational Behavior anHuman Resource Management*, Vol. 6, no. 1, pp. 1-23
- Zahedi, M. R. and Papoli, Sh (2018). "Studying the Relationship between the Knowledge Management Processes and Intellectual Capital in a Knowledge-Based Research Center". *International Journal of Research in Business Studies and Managent*, vol 5, no. 12, pp. 1-19.
- Zheng, W., Yang, B. and Mclean, G. N. (2009). "Linking Organizational Culture, Atructure, Strategy and Organizational Effectiveness: The Mediating Role of Knowledge Management". *Journal of Business Research*, No.9, pp. 65-76.