



بررسی رابطه میان گرایش به کارآفرینی سازمانی با مدیریت دانش (مطالعه موردی: کارکنان دانشگاه شاهد تهران)

ناصر یزدانی^{۱*}، حسین رئیسی^۲، سیده معصومه فاطمی^۳، فاطمه نوروززاده

استادیار گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه شاهد، آدرس پست الکترونیک yazdani20@gmail.com

کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه شاهد، آدرس پست الکترونیک hossein.reisi69@gmail.com

کارشناسی ارشد مدیریت دولتی دانشگاه شاهد

کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه شاهد

چکیده

کارآفرینی سازمانی و مدیریت دانش دو مقوله مهم مدیریتی هستند که امروزه در حوزه مدیریت دارای جایگاه ویژه‌ای هستند. یکی از شاخه‌های اصلی کارآفرینی، کارآفرینی در سازمان است که بدون شک سهم چشمگیری در توفیق و تعالی سازمان‌ها دارد. از سوی دیگر دانشگاه بعنوان یک زیرساخت حیاتی در زمینه افزایش دانش محسوب می‌شود. لذا اهتمام این مقاله سنجش میزان همبستگی میان گرایش به کارآفرینی سازمانی و مدیریت دانش در دانشگاه شاهد است. حمایت مدیریت از کارآفرینی سازمانی، در دسترس بودن زمان، محدودیت‌های سازمانی، آزادی شغلی و پاداش/جبران خدمات به عنوان ابعاد کارآفرینی سازمانی و رهبری و مدیریت، سرمایه فکری، سازمان یادگیرنده، تقسیم دانش، کار تیمی، خلق دانش، بعد دیجیتالی، فرهنگ، راهبرد و ایده و مأموریت به عنوان ابعاد مدیریت دانش معرفی شده و همبستگی متقابل این مؤلفه‌ها با یکدیگر اندازه‌گیری می‌شود. نتایج تحلیل آماری بر داده‌های گردآوری شده مشخص می‌کند که گرایش کارآفرینی سازمانی دارای همبستگی مثبت و معناداری با مدیریت دانش است.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، گرایش به کارآفرینی سازمانی، مدیریت دانش

۱ و * - دکترای تخصصی مدیریت بازرگانی و عضو هیات علمی گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه شاهد، نویسنده مسوول

۲ - دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش مالی از دانشگاه شاهد

۳ دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش مالی از دانشگاه شاهد



۱- مقدمه

کارآفرینی مقوله‌ی بسیار مهمی است که بسیاری از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه توجه جدی به آن مبذول داشته و می‌دارند. در این میان، یکی از شاخه‌های اصلی کارآفرینی، کارآفرینی در سازمان است که بدون شک سهم چشمگیری در توفیق و تعالی سازمانها دارد (احمدپور، ۱۳۸۳).

تغییرات در محصولات و مکانیسم‌های بازار، اغلب بدین صورت است که سازمان‌ها دست به بهره‌برداری از فرصت‌هایی می‌زنند که دیگر سازمان‌ها دنبال نمی‌کنند و گاه حتی از وجود آنها مطلع نیستند. در این زمینه، نوآوری نقش راهبردی و عمده ایفا می‌کند (Collins & Rom, 2003). کارآفرینی سازمانی، مجموعه‌ی فعالیت‌هایی است که بهره‌برداری از مزایای رقابتی نوآوری در یک سازمان امکانپذیر کرده و رهیافتی در نهادینه کردن نوآوری در سازمان‌هاست. در حقیقت، کارآفرینی سازمانی به عنوان دریچه‌ای به سوی بهره‌برداری از مزایای رقابتی ماندگار، نوآوری و پیشگامی برای سازمان‌ها قلمداد می‌شود (Kuaratko et al, 2005). از طرفی مدیریت دانش مقوله‌ی مهم در سازمانهای دانش محور محسوب می‌شود. نوناکا (۱۹۹۴) بیان می‌کند، در شرایط کنونی که تنها اطمینان، اطمینان نکردن است، مدیریت دانش ضامن موفقیت و بقای سازمان‌ها تلقی می‌شود (Madhoushi et al., 2010, p.57)

در شرایط کنونی مزیت رقابتی پایدار تنها با به کارگیری دانش برای نوآوری به دست می‌آید (Choi et al., 2008, p. 235)، به همین دلیل، امروزه، دانش یک دارایی ارزشمند سازمانی به حساب می‌آید، که نیازمند مدیریت است. هسته‌ی اصلی مدیریت دانش کسب دانش مناسب برای افراد مناسب در زمان و ساختار مناسب است (Sadati, 2010, p. 393 Madhoushi and). این پژوهش در پی بررسی رابطه‌ی گرایش به کارآفرینی سازمانی^۱ با مدیریت دانش^۲ در دانشگاه شاهد تهران است. حوزه دانشگاه، یکی از حوزه‌های مهم و حیاتی در کشور اسلامی ما به حساب می‌آید که در محیطی بسیار متغیر و پویا مشغول فعالیت است، بنابراین نیازمند کارکنان کارآفرین، خلاق و مبتکر می‌باشد. گرایش به کارآفرینی سازمانی و نیز مدیریت دانش بنا به دلایل ذیل امری حیاتی و مهم تلقی می‌شود که دانشگاه شاهد باید به آنها توجه کند. در عین حال به این دلیل که دانشگاهها در یک فضای علمی و رقابتی فعالیت می‌کنند، باید به رشد دانش و نیز کارآفرینی سازمانی کارکنان به عنوان یک مزیت رقابتی توجه کافی را مبذول بدارد. این تحقیق می‌تواند در خلاق بودن کارکنان و ایجاد کارآفرینی در این سازمان، با توجه به ضرورت رشد دانش کارکنان، به مدیریت این دانشگاه رویکرد شایان توجهی ارائه نماید. در نهایت می‌توان گفت که نتایج این پژوهش و تحقیقات تکمیلی در همین راستا می‌توانند کمک زیادی به سازمان‌هایی که نیازمند کارکنانی خلاق و با سازمان‌هایی با فلسفه‌ای انسانی هستند، کند تا هم بتوانند سازمان‌هایی انسانی ایجاد کنند و هم کارکنان را پرورش دهند و از مزایای کارکنان خلاق و کارآفرین بهره‌مند شوند و نهایتاً بهره‌وری سازمانی مبتنی بر مدیریت دانش (شرط بقای سازمان‌ها در همه بخش‌های جامعه می‌باشد) را ارتقا دهند.

بنابراین به نظر می‌رسد توجه ویژه به توسعه مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی و مدیریت دانش در فرآیندهای عملیاتی و خدماتی این حوزه و علاوه بر آن بسط و گسترش فرهنگ کارآفرینی میان کارکنان شاغل بتواند به شکل متمایز، راه مناسبی در پوشش این شکاف باشد. در همین راستا پژوهش حاضر در پی یافتن پاسخی برای این مسأله است که اساساً میان کارآفرینی سازمانی و مدیریت دانش در دانشگاه شاهد رابطه مستقیم وجود دارد یا خیر. به همین منظور میزان کارآفرینی سازمانی در دانشگاه شاهد بوسیله‌ی پرسشنامه‌ی مربوطه اندازه‌گیری و رابطه‌ی آن به شکل مستقل با ابعاد مدیریت دانش در این سازمان مورد سنجش قرار می‌گیرد.

۲- چارچوب نظری پژوهش

۲-۱. کارآفرینی سازمانی

¹ - Corporate entrepreneurship orientation

² - Knowledge management



فعالیت های مخاطره آمیز در کارآفرینی مستقل و فردی به معنای راه اندازی و سازمان دهی یک سازمان جدید یا تأسیس یک شرکت بوده و فعالیت مخاطره آمیز در مفهوم کارآفرینی سازمانی به معنای توسعه ی فعالیتی جدید در چارچوب یک سازمان موجود است. علاوه براین، کارآفرینی سازمانی معادل واژه لاتین *Entrapreneurship* است که در آن یک فرد آغازگر فعالیت های مخاطره آمیز در سازمان است. از طرف دیگر لازمه *Corporate Entrepreneurship* (که کارآفرینی سازمانی ترجمه شده) آن است که کل سازمان و کارکنان آن دارای روحیه ی کارآفرینی شوند (احمدپور، ۱۳۸۳). کارآفرینی سازمانی، شامل پرورش رفتارهای کارآفرینانه در سازمان است. سازمان ها می توانند خلاقیت و نوآوری را از طریق تشویق کارکنان برای فکر کردن توسعه بدهند و آنها را برای تعقیب برنامه هایشان، آزادی و انعطاف پذیری بدهند، بدون اینکه آنها را در باتلاق بوروکراتیک قرار دهند (Morris & et al, 2011).

در این پژوهش، مفهوم دوم از کارآفرینی در سازمان مدنظر است. بنابراین، قلمرو موضوعی پژوهش حاضر شامل مجموعه فعالیت های گروه دوم از کارآفرینی یعنی اندازه گیری گرایش به کارآفرینی در یک سازمان موجود در چارچوب کارآفرینی سازمانی، مدیریت دانش و همبستگی میان این دو مفهوم در دانشگاه شاهد است.

درواقع، این باور وجود دارد که اعمال کارآفرینی در یک سازمان موجود، طیف وسیع و گسترده ای است (Heinonen & Korvela, 2003). که نیل به درجات متعالی آن امری بسیار خطیر قدم گذاری و حرکت مثبت به سوی مدارج بالای این طیف، موجب اثرگذاری مستقیم بر مدیریت دانش و بهبود محسوس آن می شود. بر همین اساس بسیاری از دانشمندان از اوایل دهه ۱۹۸۰ میلادی در پی آن بودند تا به جست و جوی مؤلفه هایی بپردازند تا به مدد آن ها بتوانند میزان رویکرد بالقوه ی یک سازمان به کارآفرینی را اندازه گیری و بر همین مبنا، اثرگذاری این پدیده را در مدیریت دانش ارزیابی کنند. (Chrisman, 1999; Barret & Weinstein, 1998).

در پژوهش حاضر نیز به وسیله پرسش نامه و با عنایت به مطالب یاد شده، سعی در شناسایی چهار دسته ی مؤلفه ی کلی برای اندازه گیری میزان گرایش به کارآفرینی سازمانی در دانشگاه شاهد می شود. «ساختار منعطف»، «جو سازمانی اثربخش»، «فرهنگ پشتیبان و محرک خلاقیت و نوآوری» و «قابلیت ها و انگیزش فردی کارکنان» چهار دسته ی متغیر هستند که در کنار یکدیگر و به عنوان گرایش به کارآفرینی سازمانی این شرکت اندازه گیری می شود. این چهار مؤلفه با استناد به پژوهش هاینون و کورولا انتخاب شده اند (Heinonen & Korvela, 2003). از سویی، وجود این چهار مؤلفه به شکل مناسبی، دیگر متغیرهای موجود در پژوهش های عنوان شده در تحقیقات قبلی را پوشش می دهد.

سازمانی که ساختار منعطف دارد، سلسله مراتب سنتی سازمانی را به حداقل ممکن رسانده، لایه های مدیریتی را کاهش داده، بر ارتباطات و ساختارهای تیمی اتکا کرده (Thornberry, 2002) و جریان اطلاعات در آن با سرعت بیش تری اعمال می شوند. در این نوع ساختار بر سیستم پاداش، رقابت جویی، مخاطره پذیری، پشتیبانی صمیمانه و ارتباطات باز تأکید می شود و سازمان با احتمال کمتری دچار تضاد، استرس و ابهام عملکردی میان پرسنل خود می شود (Nasurdin, Ramayah & Beng, 2006). برت و واینستاین نیز ساختار سازمانی منعطف را ساختاری معرفی می نمایند که دلبستگی و وفاداری کمتری به آداب و رسوم و شیوه های بوروکراتیک داشته باشد (Barret, Weinstein, 1998).

از طرفی، جو سازمانی به عنوان صورتی از خواص محیط کاری تعریف شده است که به صورت مستقیم یا غیر مستقیم توسط نیروی کار ادراک شده و انگیزش و رفتار وی را تحت تأثیر قرار می دهد. در واقع، جو سازمانی، اهمی است برای جهت دهی فعالیت های نیروی انسانی سازمان، نحوه ی ادراک نیروی کار از وضعیت عینی سازمان و شامل ارتباطات فرد با دیگر اعضای سازمان در فرآیند انجام کار می باشد (Nasurdin Ramayah & beng, 2006). به طور کلی یک جو اثربخش مستلزم وجود استقلال مناسب، دوستی و پیوستگی متقابل قوی، پشتیبانی نظارتی و فشار کاری محدود است.

فرهنگ پشتیبان و محرک خلاقیت و نوآوری شامل آن دسته از مکانیزم های حمایتی سازمان است که کارکنان خلاق را به سمت استفاده از قابلیت ها و استعدادهای خلاقانه خویش جهت انجام فعالیت های کارآفرینانه سوق می دهد و محرکی برای انگیزش کارکنان و استفاده از حداکثر توانایی و بهره وری ایشان برای اقدامات نوآورانه است (Heinonen & Korvela, 2003).



در نهایت، قابلیت ها و انگیزش فردی کارکنان نیز همان طور که بیان شد، اشاره به میزان انگیزه و تمایل بالقوه ی نیروی انسانی سازمان برای انجام فعالیت های کارآفرینانه و میزان توانایی و دانش آنان برای به عهده گرفتن این نوع از مسئولیت ها دارد (Heinonen & Korvela, 2003).

در سویی دیگر، سازمان های مختلف در بخش های گوناگون صنعتی و خدماتی، به شکلی فزاینده در پی استفاده از کارآفرینی شرکتی به عنوان دریچه ای به سوی بهره برداری از مزایای رقابتی ماندگار نوآوری و پیشگامی هستند (Kuaratko et al., 2005). کارآفرینی سازمانی تلاش های سازمان در استفاده از مزیت های رقابتی خویش، اکتشاف فرصت ها و قابلیت های مورد نیاز در تعقیب و بهره برداری اثربخش از آن فرصت ها را تسهیل می کند (Covin & miles, 1999). علاوه بر نوآوری، به عنوان یک راهبرد قابل شناسایی مجزا، منجر به افزایش سودآوری (Zahra, 1993; Vozikis et al., 1999)، تجدید و نوسازی راهبرد (Guth & McGrath, 1990)، به دست آوردن دانش برای دسترسی به جریان های کسب درآمد در آینده (Ginsberg, 1990)، موفقیت در عرصه بین الملل (Birkinshaw, 1997)، سازمان دهی منابع و سوق دادن آنها به سوی توسعه ی مزایای رقابتی (Covin & miles, 1999; Borch, Huse & Senneseth, 1999; Covin Slevin & Heeley, 1999).

در نهایت کارآفرینی سازمانی را می توان توانایی سازمان در برگرداندن فرصت های کارآفرینانه به موقعیت رشد برشمرده (Covin, Green & Slevin, 2006). گرایش به رشد در کارآفرینی سازمانی همراه با ایجاد واحدها یا بخش های جدید در داخل سازمان و در محدوده فرآیندهای خدماتی و عملیاتی آن، انجام نوآوری های مستمر بنیادین یا تدریجی در راستای ارتقای کیفیت، کاهش ضایعات و بهای تمام شده محصول و سرعت بخشیدن به فرآیندها و چرخ های تولید محصول، یا قدم گذاری به عرصه ها و حیطه های جدید کسب و کار و برقراری ارتباط بامشتریان جدید است.

۲-۲. مدیریت دانش و ارتباط آن با کارآفرینی

بررسی موضوعی تحت عنوان "مدیریت دانش"، برای اولین بار در گزارش سالیانه ۱۹۹۴ شرکتی سوئدی، پیشرو در خدمات مالی به نام "اسکاندیا" شروع شد. این گزارش در برگزیده یک سلسله تحلیل های مالی بود که تلاش داشت، ارزش "سرمایه فکری" شرکت را کمی کند. این شرکت به جنبه غیر کمی شده ای دست یافت که از قدیم مورد توجه قرار داشت: "سرمایه فکری حداقل به اندازه سرمایه مالی سنتی، در تامین درآمدهای پایدار نقش دارد". اسکاندیا موضوعی را به اثبات رساند که سال ها مورد ظن و گمان بسیاری از مدیران بود: دانش، دارایی با ارزشی است که مثل سایر دارایی ها به مدیریت، رشد و بهره برداری نیاز دارد (رادینگ، ۱۳۸۳، ۱). تا کنون تعاریف متعددی برای مدیریت دانش بیان شده است:

«مدیریت دانش» را فرآیند خاص سازمانی و سیستمی برای کسب، سازماندهی، نگهداری، کاربرد، پخش و خلق دوباره دانش صریح کارکنان برای افزایش عملکرد سازمان و ارزش آفرینی تعریف کرده اند. از نظر هولم، مدیریت دانش، عبارت است از به کارگیری اطلاعات درست برای افرادی که نیاز دارند و در زمان مورد نیاز، به افراد کمک می کند تا دانش را ایجاد و پخش کنند و بر اساس آن عمل نمایند. مدیریت دانش به مجموعه فرآیندهایی اطلاق می شود که در نتیجه آنها دانش، کسب، نگهداری و استفاده می شود. هدف از مدیریت دانش، بهره برداری از دارایی های فکری به منظور افزایش بهره وری، ایجاد ارزشهای جدید و بالابردن قابلیت رقابت پذیری است. مدیریت دانش را فعالیتهایی مانند گردآوری، تسهیم و به کارگیری دانش تعریف می کنند. گردآوری دانش به فرایند جست و جو، کشف و ذخیره و بازیابی دانش مناسب در درون و بیرون سازمان اطلاق میشود (Chen & Chung, 2009, p. 108).



کارآفرینی و نوآوری، فرایند گردآوری، تسهیم و به کارگیری دانش عینی و ضمنی را در بر می گیرد (hung et al, 2010, p. 427). به همین منظور یک سازمان نوآور، ارتباط زیادی با به کارگیری منابع دانشی خود دارد (Brockman & Morgan 2003, p. 356).

ابتکار عمل در مدیریت شرایط یادگیری به عنوان یک مقدمه ی مهم نوآوری شناسایی می شود. این بدان معنی است که نوآوری هنگامی به دست می آید که سازمان بر ابتکارات مدیریت دانش به طور عام، و بر شرایط یادگیری به طور خاص تمرکز کند. فرآیند یادگیری نوآوری بر مبنای دانش و جریان مداوم اطلاعات شکل گرفته است (ذبیح منش و همکاران، ۱۳۹۲).

۲-۳. انواع دانش

بسته به اینکه دانش از لحاظ فیزیکی در کجا قرار می گیرد می توان آن را به دو نوع دانش آشکار^۱ (رسمی) و دانش ضمنی^۲ (غیر رسمی) تقسیم بندی کرد (فتحیان ، ۱۳۸۴). دستاوردهای کارکنان دانشی که به صورت گزارشها، اوراق، طرحها، برنامه ها، یادداشتهای و غیره ایجاد و نگهداری می شود، دانش رسمی سازمان را تشکیل می دهد. سازمانهای دانشی به آسانی و به صورت مرتب، دانش رسمی را گردآوری و نگهداری می کنند و به آن به عنوان حافظه سازمانی اطمینان دارند. نوناکا و نویسندگان دیگر از جمله هال و آندریانی دانش آشکار را دانشی می دانند که قابل رمزگذاری و کد گذاری بوده و در نتیجه می توان آن را به سادگی مخابره، پردازش و منتقل و در پایگاه داده ها ذخیره کرد.

نوع دیگر دانش سازمانی دانشی است که در فرآیند ایجاد نتایج رسمی نقش دارد و در واقع، زمینه ساز و زیر بنای دانش رسمی سازمان است. این نوع دانش در قالب ایده ها، واقعیتها، مفروضات، فهم ها، پرسش ها، تصمیم ها، حدس و گمانها، داستانها و دیدگاهها عینیت می یابد. دانش ضمنی شخصی بوده و فرموله کردن آن بسیار مشکل است. این نوع از دانش که از طریق تسهیم تجربیات با مشاهده و تقلید اکتساب می شود، ریشه در اعمال، رویه ها، تعهدات، ارزشها و احساسات افراد داشته، قابل کد گذاری نبوده و از طریق یک زبان مخابره نمی شود. دانش ضمنی بصورت عنصری مجزا ، قابل انتقال یا فروش در بازار نیست.

دانش آشکار، مستند و عمومی است و می توان آن را از طریق تکنولوژی اطلاعات تسهیم کرد. دانش آشکار را می توان کدگذاری کرد، مانند کدهای نرم افزاری و داده های بازار و جنبه عینی تر، عقلانی تر و فنی تر دارد (داده ها، سیاستها، روشها، نرم افزار، اسناد و...) و به طور معمول به خوبی قابل ثبت و دسترسی می باشد.

دانش ضمنی در رفتار و درک انسان قرار دارد و از تعامل افراد ظهور می یابد و به مهارت و عمل نیاز دارد. دانش ضمنی به شهود، بصیرت، خرد و حکمت بر می گردد. این دانش را به سختی می توان بر روی کاغذ آورد و بیشتر مستلزم تجارب شخصی افراد است. این دانش عمدتاً شامل تخصصهای علمی، فوت و فن کار، بینش خاص فرد در مورد یک صنعت، قوه تشخیص در زمینه کسب و کار و تخصص فنی است (Hansen, 1999).

۳- بررسی پیشینه تحقیق

از آنجا که در کشور ما کارآفرینی یک پدیده جدید تلقی می شود، کاربرد آن نیز در سازمان ها مراحل ابتدایی خویش را طی می کند. مؤلفین مقاله در مطالعات پژوهش یا تحقیق در مورد رابطه بین کارآفرینی سازمانی و ارتباط آن با مدیریت دانش برخورد نکردند. از این رو با توجه به اهمیت موضوع، اهتمام پژوهش حاضر شناسایی رابطه بین کارآفرینی سازمانی با مدیریت دانش است. در ادامه بطور خلاصه به تحقیقاتی که در زمینه کارآفرینی سازمانی و مدیریت دانش شده است اشاره می کنیم.

¹ - Explicit knowledge

² - Connotative knowledge



۳-۱. پیشینه خارجی

دمیرباگتال (۲۰۰۶) حمایت‌های مدیریت^۱ سازمان از کارکنان را به عنوان یک عامل اساسی در توسعه کارآفرینی سازمان‌ها شناسایی کرده‌اند (Demirbagetal, 2006).
راینر (۲۰۰۸) در تحقیقی نشان داد که استراتژی‌های کارآفرینانه سازمان به ویژه در زمینه جلب رضایت ارباب رجوعان سازمان و توسعه منابع انسانی سازمان رابطه مثبتی با توسعه کارآفرینی سازمانی دارند (Raynor, 2008).
کینگ و همکاران (۲۰۰۸) و ترسا و همکاران (۲۰۰۶) 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 کرده‌اند (king et al, 2008, p. 168; Teresa, et al, 2006, p. 862). آنها در پژوهش‌های خود تأکید می‌کنند که فرایندهای مدیریت دانش، رشته‌های زنجیرواری هستند که تنها زمانی می‌توانند منجر به ایده پردازی، نوآوری، بهبود عملکرد و کسب مزیت رقابتی پای دار شوند، که این شاخص‌ها به صورت نظام مند از هم دیگر پشتیبانی کنند.
اما از سوی دیگر، برخی از پژوهشگران هر یک از شاخص‌های مدیریت دانش را به صورت مستقل بر روی ایده پردازی، نوآوری، عملکرد، کشف مزیت رقابتی و سایر اهداف سازمانی بررسی کرده‌اند (Li et al, 2009, p. 443; Liao and Chien, 2007, p. 405; S. Popadiuk & Choo, 2007, p. 309).

۳-۲. پیشینه داخلی

بخشی (۱۳۸۱) پژوهشی با عنوان «بررسی موانع کارآفرینی سازمانی در دانشگاه مازندران» انجام داد. براساس نتایج بدست آمده موانع داخلی شامل تصمیمات مدیریت عالی در انتصاب و به کارگیری مدیران زیردست، عدم تفویض اختیار کافی، پیچیدگی و تعدد اهداف مهمترین عوامل بازدارنده کارآفرینی سازمانی شناخته شدند.
اصغریان (۱۳۸۵) با مروری بر فرهنگ کارآفرینانه^۲ در سازمانها، الگویی را در ارتباط با فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی ارائه کرده است. وی اشاره می‌کند بین ابعاد فرهنگ سازمانی، گرایش گروهی در مقابل فردی و کارآفرینی در سازمانها رابطه خطی وجود دارد.
مقیمی (۱۳۸۵) نیز وضعیت کارآفرینی سازمانی را در سازمانهای اجتماعی و فرهنگی دولت ایران بررسی کرد و نظام‌های اطلاعاتی و ارتباطی، کنترل و نظارت، پرداخت حقوق و دستمزد، راهبردسازمانی، انگیزش و فرهنگ سازمانی را در این سازمانها نامساعد مشاهده کرد.
ریاضی (۱۳۸۵) در مقاله‌ای «کارآفرینی و سازمان‌های اداری ایران» را از دیدگاه جامعه‌شناسی بررسی کرد. وی اظهار می‌دارد در مسیر تحقق اهداف سازمانی، بهره‌گیری از مدیریت کارآمد و مجموعه قوانین و ضوابط مساعد سازمانی به شکوفایی نیروهای کارآفرین می‌انجامد.
امیرخانی و همکاران (۱۳۹۰) به این نتیجه رسیدند که مدیریت دانش بستری برای ایجاد کارآفرینی سازمانی فراهم می‌سازد و می‌تواند در ایجاد کارآفرینی سازمانی مؤثر باشد.

۴- روش‌شناسی تحقیق:

¹ - Management support

² - Entrepreneurial culture



اهداف تحقیق: هدف اصلی در پژوهش حاضر، بررسی ارتباط بین گرایش به کارآفرینی سازمانی با مدیریت دانش است که در قالب این هدف اصلی، اهداف فرعی تحقیق که همانا بررسی ارتباط تک تک متغیرها و ویژگیهای مدیریت دانش با گرایش به کارآفرینی سازمانی می باشد؛ تحقق خواهد یافت.

مدل مفهومی و فرضیات تحقیق: برای تنظیم گزاره های تحقیق، نیاز به مدل مفهومی است که مدل مفهومی این پژوهش، مدلی پژوهشگر ساخته و مبتنی بر مدلها و الگوهای علمی ارائه شده به وسیله صاحب نظران است. بخشی از مدل مفهومی که مؤلفه های گرایش به کارآفرینی سازمانی را بیان می کند، برگرفته شده از مدل هاینون و کورولا است که متغیرهای مستقل را تشکیل می دهند. بخش دیگر مدل مفهومی که شامل مدیریت دانش است و متغیرهای وابسته تحقیق را در خود جای داده است، از ده مؤلفه تشکیل شده برگرفته شده از مدل مدیریت دانش سالیس است. با الهام از این مدل مفهومی، فرضیات تحقیق تدوین شده اند که شامل یک فرضیه اصلی و چندین فرضیه فرعی می باشد:

فرضیه اصلی:

۱- رابطه معناداری بین گرایش به کارآفرینی سازمانی با مدیریت دانش در دانشگاه شاهد وجود دارد.

فرضیات فرعی:

- ۱- رابطه معناداری بین گرایش به کارآفرینی سازمانی با بعد رهبری و مدیریت در دانشگاه شاهد وجود دارد.
- ۲- رابطه معناداری بین گرایش به کارآفرینی سازمانی با بعد سرمایه فکری در دانشگاه شاهد وجود دارد.
- ۳- رابطه معناداری بین گرایش به کارآفرینی سازمانی با بعد سازمان یادگیرنده در دانشگاه شاهد وجود دارد.
- ۴- رابطه معناداری بین گرایش به کارآفرینی سازمانی با تقسیم دانش در دانشگاه شاهد وجود دارد.
- ۵- رابطه معناداری بین گرایش به کارآفرینی سازمانی با کار تیمی در دانشگاه شاهد وجود دارد.
- ۶- رابطه معناداری بین گرایش به کارآفرینی سازمانی با بعد خلق دانش در دانشگاه شاهد وجود دارد.
- ۷- رابطه معناداری بین گرایش به کارآفرینی سازمانی با بعد دیجیتالی در دانشگاه شاهد وجود دارد.
- ۸- رابطه معناداری بین گرایش به کارآفرینی سازمانی با بعد فرهنگ در دانشگاه شاهد وجود دارد.
- ۹- رابطه معناداری بین گرایش به کارآفرینی سازمانی با بعد راهبردی در دانشگاه شاهد وجود دارد.
- ۱۰- رابطه معناداری بین گرایش به کارآفرینی سازمانی با بعد ایده و مأموریت در دانشگاه شاهد وجود دارد.

روش تحقیق

تحقیق حاضر، توصیفی و از نوع همبستگی است. همچنین روش گردآوری داده ها، کتابخانه ای - میدانی می باشد. با توجه به هدف های پژوهش و ماهیت آن، مناسبترین روش برای گردآوری داده های مورد نیاز، استفاده از تکمیل پرسشنامه بود. بدین منظور از دو پرسشنامه استفاده شد:

پرسشنامه ی گرایش به کارآفرینی سازمانی: جهت اندازه گیری گرایش به کارآفرینی سازمانی از پرسشنامه استاندارد سنجش گرایش به کارآفرینی سازمانی که توسط هاینون و کورولا (۲۰۰۳) طراحی شده است استفاده شد. این پرسشنامه مشتمل بر چهار بعد است.

پرسشنامه مدیریت دانش: جهت اندازه گیری مدیریت دانش، از پرسشنامه استاندارد مدیریت دانش که توسط سالیس (۲۰۰۲) طراحی شده استفاده شد. این پرسشنامه مشتمل بر ۱۰ بعد است.

باتوجه به اینکه از پرسشنامه های مذکور بارها در مطالعات و پژوهش های متعددی استفاده شده است، لذا روایی پرسشنامه های فوق تأیید می شود. از طرف دیگر، جهت تعیین پایایی ابزار گردآوری داده ها، از روش آلفای کرونباخ به کمک نرم افزار Spss استفاده شد. بنابراین، برای سنجش پایایی پرسشنامه گرایش به کارآفرینی سازمانی، ضریب آلفای ۰/۸۶۹ برآورد شده که نشان



دهنده ی پایایی پرسشنامه است. همچنین ضریب آلفای کرونباخ برآورد شده برای پرسشنامه مدیریت دانش ۰/۹۲۱ می باشد که نشان دهنده ی پایایی این پرسشنامه است.

جامعه آماری و روش نمونه گیری

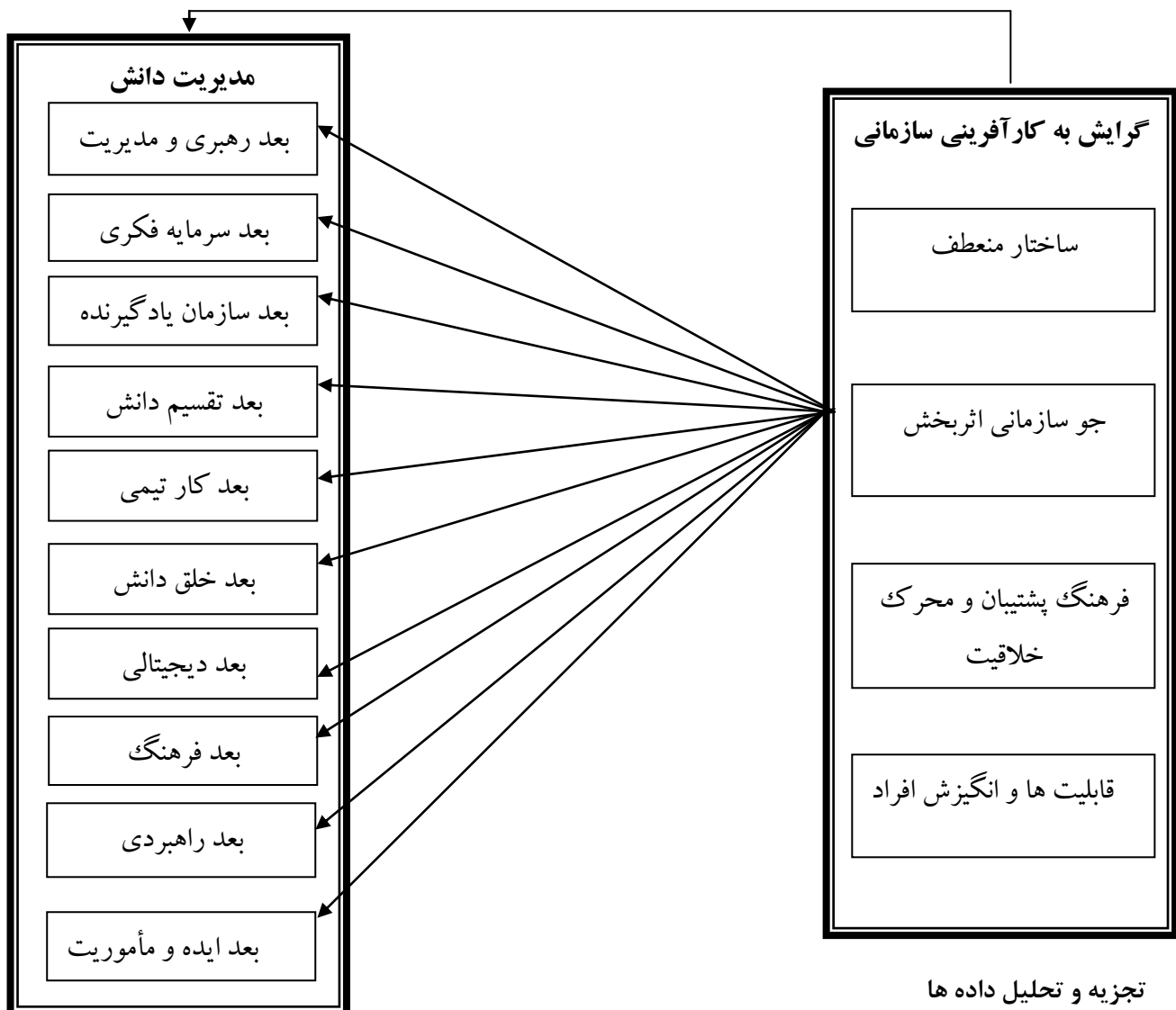
جامعه آماری این تحقیق کلیه کارکنان ستادی دانشگاه شاهد می باشد. نمونه آماری این تحقیق با استفاده از فرمول نمونه گیری از جامعه محدود ۳۵۰ نفر می باشد. لذا تعداد ۳۷۰ پرسشنامه بین کارکنان به روش نمونه گیری تصادفی توزیع و سپس ۳۵۰ پرسشنامه جمع آوری شد.

قلمرو تحقیق

قلمرو مکانی این پژوهش دانشگاه شاهد تهران بوده است که محدوده موضوعی آن شامل بررسی رابطه گرایش به کارآفرینی سازمانی و مدیریت دانش می باشد؛ و از نظر قلمرو زمانی نیز دوره زمانی سه ماه اول سال ۱۳۹۳ را شامل می شود.

مدل مفهومی تحقیق

بر اساس مطالعات نظری این تحقیق که اساساً براساس اهداف پژوهش و نظریات هاینون و کورول درباره ی گرایش به کارآفرینی سازمانی و سالیس درباره مدیریت دانش بوده است، مدل مفهومی تحقیق (شکل ۱) که نشان دهنده رابطه گرایش به کارآفرینی سازمانی با ابعاد مدیریت دانش است طراحی شد و بر اساس آن فرضیات تحقیق تدوین شدند.





جهت بررسی و آزمون فرضیات تحقیق، از نرم افزار آماری SPSS 18 استفاده شده است که در این بخش بدین موضوع پرداخته می شود.

الف) بررسی تأثیر گرایش به کارآفرینی سازمانی بر مدیریت دانش (به عنوان یک مفهوم کلی)
 آزمون فرضیه اصلی: یافته های حاصل از بررسی تأثیر گرایش به کارآفرینی سازمانی بر مدیریت دانش در دانشگاه شاهد به کمک روش رگرسیون، حاکی از آن است که بین این دو متغیر در سطح اطمینان ۹۹٪ رابطه مثبت و معنادار ($P=0.01$ و $r=0.668$) وجود دارد.

فرضیه	متغیر مستقل	متغیر وابسته	R	R Square	β استاندارد	آماره T	سطح معناداری	تصمیم گیری
اصلی	گرایش به کارآفرینی	مدیریت دانش	0,668	0,447	**0,668	5,941	0,000	تأیید فرضیه

**ضریب رگرسیون در سطح ۰/۱ معنادار است.

جدول شماره ۲: آزمون فرضیه کلی تحقیق

با توجه به نتایج رگرسیون می توان نتیجه گرفت که در سطح معناداری ۱٪ گرایش به کارآفرینی سازمانی بر مدیریت دانش سازمان مورد مطالعه، تاثیر مثبت و معناداری دارد. لذا، فرضیه اصلی تحقیق در سطح اطمینان ۹۹٪ تایید می شود. به عبارت دیگر؛ بهبود گرایش به کارآفرینی سازمانی موجب توسعه مدیریت دانش در دانشگاه شاهد می شود.

ب) بررسی تأثیر گرایش به کارآفرینی بر مدیریت دانش

این قسمت به بررسی فرضیات فرعی اختصاص یافته است. همانطور که نتایج نشان می دهد، گرایش به کارآفرینی سازمانی با ابعاد ده گانه مدیریت دانش رابطه مثبت و معناداری دارد. این امر معرف تایید شدن فرضیات فرعی می باشد. جدول شماره ۳ آزمونهای ده گانه را نشان می دهد.

فرضیه های فرعی	متغیر مستقل	متغیر وابسته	R	R Square	B استاندارد	آماره T	سطح معناداری	تصمیم گیری
۱	گرایش به کارآفرینی	رهبری و مدیریت	۰,۷۶۷	۰,۳۲۱	**۰,۷۶۷	۷,۴۱۰	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه
۲	گرایش به کارآفرینی	سرمایه فکری	۰,۳۸۸	۰,۱۵۱	۰,۳۸۸	۴,۴۳۹	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه
۳	گرایش به کارآفرینی	سازمان یادگیرنده	۰,۶۳۴	۰,۲۰۵	۰,۶۳۴	۶,۰۲۲	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه
۴	گرایش به کارآفرینی	تقسیم دانش	۰,۷۲۱	۰,۲۹۹	**۰,۷۲۱	۷,۰۹۵	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه
۵	گرایش به کارآفرینی	کار تیمی	۰,۵۱۲	۰,۲۶۲	**۰,۵۱۲	۶,۴۵۱	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه
۶	گرایش به کارآفرینی	خلق دانش	۰,۶۱۲	۰,۱۷۷	*۰,۶۱۲	۵,۶۴۷	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه
۷	گرایش به کارآفرینی	بعد دیجیتالی	۰,۳۶۶	۰,۱۳۴	*۰,۳۶۶	۴,۶۰۲	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه
۸	گرایش به کارآفرینی	فرهنگ	۰,۶۴۹	۰,۱۶۱	*۰,۶۴۹	۵,۷۲۴	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه
۹	گرایش به کارآفرینی	راهبرد	۰,۴۳۸	۰,۱۹۲	**۰,۴۳۸	۶,۱۲۸	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه
۱۰	گرایش به کارآفرینی	ایده و ماموریت	۰,۳۶۴	۰,۱۳۲	*۰,۳۶۴	۴,۵۶۳	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه

جدول شماره ۳: آزمون فرضیات فرعی تحقیق

**ضریب رگرسیون در سطح ۰/۰۱ معنادار است.



* ضریب رگرسیون در سطح ۰/۰۵ معنادار است .

به عبارت دیگر، یافته های بدست آمده در جدول ۳ نشان می دهد که گرایش به کارآفرینی سازمانی با کلیه ابعاد ده گانه مدیریت دانش ارتباط مثبت داشته و این رابطه کاملاً معنادار است. بنابراین، می توان انتظار داشت که بهبود گرایش به کارآفرینی سازمانی در دانشگاه شاهد موجب ارتقای، مدیریت در مولفه های رهبری و مدیریت سرمایه فکری، سازمان یادگیرنده، تقسیم دانش، کار تیمی، خلق دانش، بعد دیجیتالی، فرهنگ، راهبرد، و ایده و ماموریت می شود. همچنین نتایج حاکی از آن است که گرایش به کارآفرینی سازمانی، بیشترین تاثیر گذاری را بر تقسیم دانش، کار تیمی و رهبری و مدیریت دارد.

تایید شدن فرضیات مذکور بدین معناست که تقویت گرایش به کارآفرینی سازمانی در دانشگاه شاهد، زمینه ساز شکوفایی ابعاد مدیریت دانش خواهد بود.

پیشنهادات تحقیق

در این پژوهش تلاش گردید تا ارتباط دو مقوله مهم رفتاری که در سازمانهای کارآمد امروزی حایز اهمیت است، مورد بررسی قرار گیرد که نهایتاً نتایج آمار تحلیلی بیانگر ارتباط قوی بین مولفه های گرایش به کارآفرینی سازمانی با مدیریت دانش بود. بنابراین با توجه به تجزیه و تحلیل صورت گرفته، پیشنهادهای زیر در راستای نتایج حاصله ارائه می گردد.

- از میان مولفه های مختلف مدیریت دانش، رهبری و مدیریت دارای قوی ترین ارتباط با گرایش به کارآفرینی سازمانی بود. از این رو پیشنهادات مقابل توصیه می گردد: تا حد امکان کارکنان را در تصمیم گیری مشارکت دهند، ایجاد جوی که کارکنان بتوانند نظرات و انتقادات یا حتی پیشنهادات خود را بصورت آزادانه بیان کنند، سرمایه گذاری مناسب جهت آموزش کارکنان و گذراندن دوره های مختلف، حمایت مدیریت عالی سازمان از تغییرات و ورود دانش جدید به سازمان.

- سرمایه فکری به عنوان یکی از مولفه های مدیریت دانش نیز داری ارتباط مثبت با گرایش به کارآفرینی سازمانی می باشد، در این زمینه پیشنهادات محقق عبارتند از: افزایش کارایی در زمینه های منابع انسانی، مواد اولیه، تجهیزات و طراحی نظام تشویقی مبتنی بر آن، طراحی و استقرار فرایند مدیریت عملکرد نیروی انسانی، طراحی و استقرار نظام جانشین پروری برای کارکنان کلیدی، طراحی سیستم حمایت و تشویق از فکرهای برتر کارکنان.

- امروزه مباحث مربوط به سازمان یادگیرنده به عنوان یکی از شعارهای محوری در سازمانهای کارآفرین تبدیل شده است، به گونه ای که محور توجه سازمانها برای بقاء سودآوری و رشد می باشد. لذا پیشنهادات محقق عبارتند از: تقویت سطح پژوهش و گفتگو در سازمان، تشویق حس همکاری و یادگیری گروهی مورد، توانمندسازی کارکنان برای رسیدن به یک بینش جمعی، طراحی و اجرای سیستم هایی برای مشارکت افراد در یادگیری، کسب تجربه از دستاوردهای دیگران.

- تقسیم دانش دارای رابطه مثبت و معنادار با گرایش به کارآفرینی سازمانی است. از آنجا که تقسیم دانش نقش تعیین کننده ای در مدیریت دانش ایفا می کند پیشنهادات محقق جهت توجه به این مقوله عبارتند از: ایجاد فرهنگ تقسیم و اشتراک دانش در سازمان، آموزش مدیران کارکنان و مدیریت تغییر، توجه رهبران به تغییر نگرش های کارکنان.

- کار تیمی نیز دارای ارتباط مثبت و معنادار با گرایش به کارآفرینی سازمانی در سازمان می باشد لذا در این زمینه پیشنهادات مدنظر عبارتند از: ایجاد روحیه کار تیمی در بین کارکنان، برگزاری سمینارها و دوره های آموزشی به منظور آگاه سازی کارکنان نسبت به فواید کار تیمی، حمایت مدیریت عالی از تیم ها و فراهم نمودن امکانات لازم برای تیم ها.

- خلق دانش از جمله مولفه های مهم مدیریت دانش است که دارای وجه مشترک زیادی با گرایش به کارآفرینی سازمانی است. نتایج تحقیق نشان می دهد که این دو مفهوم ارتباط نسبتاً بالایی باهم دارند، در این زمینه پیشنهادات مقابل ارائه می گردد: اکتساب اطلاعات و دانش از طریق شبکه های تعاملات، یکپارچه سازی دانش درونی و بیرونی، ایجاد دانش جدید از خلال کاربرد اطلاعات و دانش برای حل مسأله.



- نتایج تحقیق نشان می دهد که بعد دیجیتالی به عنوان یکی از مهم ترین ویژگی های مدیریت دانش ارتباط نزدیکی با گرایش به کارآفرینی سازمانی دارد. در این زمینه پیشنهادات مدنظر محقق عبارتند از: فراهم نمودن و در اختیار قرار دادن نرم افزارها و سخت افزارهای کاربردی مورد نیاز کارکنان، دسترسی کارکنان در حد کافی به اطلاعات جهت انجام امور کاری خود.

- طبق نتایج تحقیق فرهنگ به عنوان یکی از مولفه های مدیریت دانش دارای ارتباط مثبت و معنادار با گرایش به کارآفرینی سازمانی می باشد در همین زمینه پیشنهادات مقابل ارائه می گردد: تلاش برای ایجاد فرهنگ حمایتی از طریق طراحی سیستم های تشویقی و انگیزشی برای تقویت خلاقیت و نوآوری، ایجاد روابط مبتنی بر اعتماد میان افراد و بخش های مختلف سازمان، فرهنگ سازی جهت ارتقای فعالیت ها و کارهای تیمی در سطوح مختلف.

- راهبرد از جمله مولفه های کلیدی مدیریت دانش است که سمت و سوی فعالیت های مدیریت دانش در سازمان را تعیین می کند. از آنجا که این بعد دارای رابطه مثبت و معنی دار با گرایش به کارآفرینی سازمانی می باشد پیشنهادات محقق در این زمینه عبارتند از: ایجاد ساختار مناسب در سازمان جهت دسترسی اعضای سازمان به منابع، مطلع کردن افراد از اهداف و رسالتهای سازمان، بررسی فرصت ها و تهدیدات محیطی و نیز نقاط ضعف و قوت داخلی جهت اجرای فعالیت های مدیریت دانش.

- ایده و مأموریت به عنوان آخرین مولفه مدیریت دانش در این تحقیق دارای رابطه مثبت و معنادار یا گرایش به کارآفرینی سازمانی می باشد. در همین زمینه پیشنهادات مقابل ارائه می گردد: ایده ها و مأموریت ها باید بطور واضح و روشن بیان شود، بطوری که مدیران و کارکنان آن را به خوبی درک کنند و دریابند، مأموریت باید به حدی برای مدیران و کارکنان جالب باشد که در آنها تعهد و علاقه ایجاد کند، ایجاد ارتباط و هماهنگی در میان اجزای هر مأموریت.

منابع

۱. احمد پور داریانی، م. (۱۳۸۳). کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها، چاپ پنجم، تهران، انتشارات شرکت پردیس.
۲. اصغریان، احسان، (۱۳۸۵). فرهنگ کارآفرینانه در سازمانها، مجموعه مقالات نخستین همایش ملی مدیریت کارآفرینی، مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران.
۳. امیرخانی، طیبه؛ آغاز، عسل و عبدالله پور، مونا، بررسی تأثیر مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی از دیدگاه کارکنان (مطالعه موردی: وزارت صنایع)، دومهنامه علمی-پژوهشی دانشور رفتار/مدیریت و پیشرفت، دانشگاه شاهد، تیر ۱۳۹۰، سال هجدهم، شماره ۱-۴۷.
۴. بخشی، غلامرضا، (۱۳۸۱). بررسی موانع کارآفرینی سازمانی در دانشگاه مازندران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه مازندران.
۵. جهانیان س. (۱۳۸۵). طراحی مدل کسب و کار با استفاده از متدولوژی شی گرا و بررسی تاثیر آن بر فرایند، مدیریت دانش در سازمان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.
۶. دهقان نجم، منصور، (۱۳۸۸). مدیریت دانش و نقش آن در نوآوری سازمانی، ماهنامه مهندسی خودرو و صنایع وابسته، شماره ۱۰، صص ۶۵-۷۸.
۷. ذبیح منش، محمد؛ حسام پناه، حسام؛ محمدی چشمه کبودی، افشین، ابتکار عمل در مدیریت دانش و تاثیر آن بر نوآوری سازمان، سال ۱۳۹۲، مجموعه مقاله های نخستین همایش سالانه علوم مدیریت نوین.
۸. رادینگ، آلن (۱۳۸۳). مدیریت دانش، ترجمه محمد حسین لطیفی، تهران، انتشارات سمت، چاپ اول.
۹. ریاضی، نهال، (۱۳۸۵). کارآفرینی و سازمان های اداری ایران، مجموعه مقالات نخستین همایش ملی مدیریت کارآفرینی، مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران.
۱۰. طبرسا، غلامعلی، اورمزدی، نوشین، (۱۳۸۷). تعیین و سنجش عوامل زمینه ای برای استقرار مدیریت دانش، مطالعه موردی در شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران - منطقه تهران " پیام مدیریت، شماره ۶، صص ۳۹-۶۹.
۱۱. فتحیان، محمد و مریم ستوده ریاضی، (۱۳۸۵). ارائه مدلی برای ارزیابی مدیریت دانش در سازمانهای صنعتی، تهران، اولین همایش ملی مدیریت صنعتی.



۱۲. موسی خانی، محمد، اجلی قشلاجوقی، مهدی، صفوی میر محله، سید رحیم، (۱۳۸۹). ارائه مدلی برای سنجش میزان آمادگی سازمان ها در زمینه مدیریت دانش (مورد مطالعه : مرکز آمار ایران)، مدرس علوم انسانی – پژوهش های مدیریت در ایران ، دوره ۱۴، شماره ۲.
۱۳. موسی خانی محمدرضا ، سعیدی مهشید، (۱۳۸۹). مدیریت دانش و هوشمندی کسب و کار، فصلنامه تخصصی پارک ها و مراکز رشد، شماره ۲۳.
۱۴. مقیمی، سیدمحمد، (۱۳۸۵). بررسی موانع کارآفرینی در سازمانهای دولتی، مجموعه مقالات نخستین همایش ملی مدیریت کارآفرینی، مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران.

15. Barret, H. & Weinstein, A.(1998). "The Effect of Market Orientation and Organization Flexibility on Corporate Entrepreneurship". *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Fall, pp 57-70.

16. Birkinshaw, J. (1997). "Entrepreneurship in multinational corporations: The characteristics of subsidiary initiatives". *Strategic Management Journal*, 18, pp. 207-229.

17. Borch, O.J., Huse, M., & Senneseth, K. (1999). "Resource configuration, competitive strategies, and corporate entrepreneurship: An empirical examination of small firms" . *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 24(1), pp. 49-70

18. Brockman, Beverly K, Morgan, Robert M. (2003), the Role of Existing Knowledge in New Product Innovativeness and Performance, *Decision Sciences*, Volume 34 Number 2, p, 390.

19. Chen, Chung-Jen, & Jing-Wen, Huang (2009). "Strategic human resource practices and innovation performance the mediating role of knowledge management capacity", *Journal of Business Research*, Vol. 62, pp. 108, 112.

20. Choi, Byounggu, K. Poon. Simon, G. Davis. Joseph (2008), "Effects of knowledge management strategy on organizational performance: A complementarity theory-based approach", *Omega*, Vol. 36, p 23.

21. Collins, L. & Ram, M. (2003). " Managing the entrepreneurship firm. In, CMS3: 3rd International Critical Management Studies Conference, Lancaster, UK", 7-9 Jul 2003, pp. 1-18.

22. Covin, J. G. & Miles, M.P. (1999). " Corporate Entrepreneurship and the pursuit of competitive advantage". *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 23(3), pp. 47-64.

23. Covin, J. G., Green, K. M, "Entrepreneurship Orientation- Sales Growth Rate Relationship". *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 30(1), pp. 57- 81.

24. Guth, W.D. & Ginsberg, A. (1990). " Corporate entrepreneurship". *Strategic Management Journal*, 11(Special Issue), pp. 5-15.

25. Hansen . M. Nohria , N and Tierney . T , (1999) , " Whats your strategy for managing knowledge " , *Harvard Business Review* , March –April , pp.106-16 , in [92].

26. Heinonen, J. & Korvela, K. (2003). "How about measuring entrepreneurship". *Turku School of Economics and Business Administration . Turku, finland*, pp. 1-18.

27. Holm J.; "Capturing the spirit of knowledge management"; paper presented at the American Conference on Information systems, BOSTON, MA, August 3-5; 2001.

28. Hung, Richard Yu-Yuan, Lien, Bella Ya-Hui, Fang, Shih-Chieh and Gary McLean(2010), Knowledge as a facilitator for enhancing innovation performance Through total quality management, *Total Quality Management*, Vol. 21, No. 4, p. ۴۲۷ .

29. Johannessen.Jon-Arild (2008). "Organizational innovation as part of knowledge management", *International Journal of Information Management*, Vol. 28, p.405

30. King, William. R., chung.T.R, honey.M.N (2008)." Knowledge management and organizational learning", *international journal of management science*, *OMEGA*, Vol.36, p. 168.

31. Kuratko. D. F., Ireland, R. D., Covin,J. G., Hornsby, J. S. (2005). " A Model of Middle – Level Managers" entrepreneurship behavior, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 29(6), pp. 699-716.

32. Li, Yong, Huang, Jing-Wen, & Tsai, Ming-Tien, (2009). "Entrepreneurial orientation and firm performance: The role of knowledge creation process", *Industrial Marketing Management*, Vol. 38, p.443.

33. Liao, Hsien. Shu, Chien Hu.Ta (2007). "Knowledge transfer and competitive advantage on environmental uncertainty: An empirical study of the Taiwan semiconductor industry", *Technovation*, Vol.27, pp 403,405.



34. Madhoushi. Mehrdad, Sadati. Abdolrahim (2010), Knowledge management, antecedent of organizational innovation and competitiveness, *2nd European Conference on Intellectual Capital ISCTE Lisbon University Institute*, p 393.
35. Madhoushi. Mehrdad, Sadati. Abdolrahim, Delavari. Hamidreza, Mehdivand. Mohsen, Hedayatifard. Mozhddeh (2010), Facilitating knowledge management strategies through IT and HRM, *Chinese business review*, Vol. 9, No.10, p 57.
36. McGrath, R.G., Venkataraman, S., & MacMillan, I.C. (1994). "The advantage chain: Antecedents to rents from internal corporate ventures". *Journal of Business Venturing*, 9, pp.351-369.
37. Morris, M. H. & Kuratko, D. F. & Covin, J. G. (2011). *Corporate Entrepreneurship and Innovation*, USA: South- Western, 3ed.
38. Nasurdin, A.M., Ramayah, T.& Benge, Y.C. (2006). "Organizational Structure and Organizational Climate as potential predictors of job stress: *International journal of commerce & management*, 16(2), pp. 116-129.
39. Popadiuk, S.,& Choo, C-W., (2007). "Innovation and knowledge creation: How are these concepts related", *International Journal of Information Management*, Vol.26, p. 309.
40. Sallis, Edward (2002). *Knowledge management in education*, 3rd edn, Kogan page, London, pp 12-34.
41. Sharma, P., Chrisman, J.J. (1999). "Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship". *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 23(3), pp. 11-27.
42. Teresa L.Ju, Chia-Ying Li, & Tein-Shiang Lee. (2006). "A contingency model for knowledge management capability and innovation", *Journal of Industrial Management & Data System*, Vol.106, No.6. p. 862.
43. Thornberry, N. E. (2002). "Corporate Entrepreneurship: Teaching managers to be Entrepreneurs". *Journal of Management Development*, School of Executive Education, Babson College, 22(4), pp. 329-344.
44. Zahra, S. A. (1993). "Environment, Corporate Entrepreneurship, and Financial Performance: A Taxonomic Approach". *Journal of business venturing*, 8(4), pp. 319-340.

A survey of relationship between Corporate Entrepreneurship Orientation with knowledge management (case study: Shahed University)

Abstract

Today corporate entrepreneurship and knowledge management as two significant managerial subject have an exclusive status in management theories. Corporate entrepreneurship is one of principal branch of entrepreneurship, that has a great share in corporate's success. On the other hands university is a vital substructure in terms of Knowledge Development. Aim of this article is evaluation correlation between corporate entrepreneurship orientation and knowledge management in Shahed university. management support for corporate entrepreneurship, time availability, organizational boundaries , work discretion and reward/reinforcement are dimensions of corporate entrepreneurship. also leadership, management , thought capital, learner corporate, knowledge division, team work, knowledge creation, digital dimension ,cultural strategy, idea and mission introduced as dimension of knowledge management . finally correlation between this dimension evaluated. results indicate a positive and significant correlation between corporate entrepreneurship orientation and knowledge management .

Key words: corporate entrepreneurship orientation, entrepreneurship, knowledge management .knowledge