

مطالعه مدیریت دانش در استارت‌آپ‌ها

محبوبه قویدست کوهپایه^۱، آرزو احمدی دانیالی^۲

^۱ دانشجوی دکترای مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی دانشگاه آزاد اسلامی شهر قدس

^۲ استادیار، عضو هیئت‌علمی گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی شهر قدس

چکیده

مدیریت دانش در استارت‌آپ‌ها یک ضرورت کلیدی است. استارت‌آپ‌ها اساساً در یک چرخه هستند، چرخه‌ای که به آن‌ها کمک می‌کند مسئله‌ها و راه‌حل‌ها را آزمون کنند، تطابق محصول با بازار را بسنجند و از توازن مدل کسب‌وکار خود مطمئن شوند. تعریف استارت‌آپ نیز همین است، یعنی گروهی که مرتب در حال تجربه کردن و تغییر مؤلفه‌هایی است تا به یک مدل کسب‌وکار مقیاس‌پذیر و اقتصادی برسد. این یعنی آزمون مرتب مجهولات و یادگیری تا جایی که به تجربه شخصی یا با تکیه بر تجربه‌های تکرارپذیر دیگران به یک مدل کسب‌وکار پایدار می‌رسید؛ این آموخته‌ها جزء ارزشمندترین دارایی‌های اولیه هر استارت‌آپی است که باید مستقل از بنیان‌گذار، هم بنیان‌گذاران و کارکنان اولیه به صورت مناسب سازمان‌دهی و نگهداری شود. تحقیق حاضر یک مطالعه‌ی توصیفی-تحلیلی است که به روش کتابخانه‌ای جمع‌آوری شده است که مطالعه مدیریت دانش در استارت‌آپ می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: مدیریت دانش، استارت‌آپ‌ها، دانش

مطالعات اقتصاد، مدیریت مالی و حسابداری

دوره ۶، شماره ۱، بهار ۱۳۹۹، صفحات ۹۴-۱۰۵