

تأثیر مدیریت دانش بر میزان کارآفرینی سازمانی

(مطالعه موردی: ریاست معارف کابل)

سویتا امینی^۱

علی حلیمی^۲

چکیده

تحقیق حاضر به منظور بررسی تأثیر مدیریت دانش بر میزان کارآفرینی در ریاست معارف شهر کابل صورت گرفته است. از آنجا که سازمان‌ها با چالش‌های گوناگون مدیریتی مواجه است، ریاست معارف در کابل به‌عنوان مطالعه موردی برای بررسی تعامل پیچیده بین شیوه‌های مدیریت دانش و تقویت تلاش‌های کارآفرینانه، انتخاب شده است. این تحقیق از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ جمع‌آوری اطلاعات، توصیفی است. جامعه آماری این تحقیق، شامل تمام کارمندان بست ۲ الی ۶ ریاست معارف شهر کابل می‌شود که ۳۷۰ نفر هستند که مطابق فرمول کوکران، ۱۷۵ نفر نمونه انتخاب شد. اطلاعات لازم با استفاده از دو پرسش‌نامه معیاری (پرسش‌نامه کارآفرینی سازمانی رابینز و کولتر و پرسش‌نامه مدیریت دانش فونگ و چی) جمع‌آوری شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که بین ابعاد مدیریت دانش و کارآفرینی رابطه معنادار و مثبت وجود دارد؛ طوری که آزمون فرضیه اصلی نشان می‌دهد، معناداری کوچک‌تر از ۰/۰۵ به دست آمده است. بنابراین رابطه معناداری میان مدیریت دانش و کارآفرینی وجود دارد و مدیریت دانش تأثیر معناداری بر میزان کارآفرینی می‌گذارد. همچنین ضریب همبستگی بین مدیریت دانش و کارآفرینی به ۰/۸۴۵ می‌رسد. بنابراین در سطح خطای ۰/۰۱ و با سطح اطمینان ۹۹ درصد رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. در نتیجه این تحقیق نشان داد که مدیریت دانش تأثیر معناداری بر میزان کارآفرینی در ریاست معارف شهر کابل داشته است.

کلیدواژه‌ها: مدیریت دانش، کارآفرینی، کسب دانش، خلق دانش، به‌کارگیری دانش

۱. گروه مدیریت دولتی، جامعه المصطفی العالمیه، کابل - افغانستان.

۲. گروه قرآن و علوم گرایش مدیریت، مجتمع آموزش عالی علوم انسانی، جامعه المصطفی العالمیه، غزنی - افغانستان (استاد دانشگاه خواجه عبدالله انصاری - هرات).
halimi116@gmail.com



مقدمه

به‌رغم پیشرفت‌های موجود در شناخت نقش محوری مدیریت دانش در تقویت کارآفرینی سازمانی، هنوز شکاف‌های قابل توجهی در زمینه تحقیقاتی ریاست معارف وجود دارد. تلاقی این دو حوزه، به‌ویژه در محدوده ریاست معارف، هنوز به‌طور کامل بررسی و درک نشده است. این امر باعث شده است که یک خلأ مهم در درک اینکه چگونه دارایی‌های دانش می‌توانند به بهبود و توسعه طرح‌های کارآفرینی در سازمان‌ها کمک کنند، وجود داشته باشد. این تحقیق با هدف بررسی تأثیر مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی در ریاست معارف شهر کابل، به دنبال پر کردن این شکاف و ارتقای درک، در این زمینه است. با تغییرات پویایی که در چشم‌انداز آموزشی ایجاد می‌شود، نیاز به درک بهتر از اهمیت مدیریت مؤثر و بهره‌گیری از منابع دانش، برای تقویت تلاش‌های کارآفرینانه در سازمان‌ها، به‌صورت چشم‌گیری افزایش می‌یابد.

پیامدهای نادیده‌انگاشتن شیوه‌های مدیریت دانش در ریاست معارف در کابل، چندبعدی است و ممکن است شامل فرصت‌های از دست رفته برای نوآوری، فرآیندهای تصمیم‌گیری ناکارآمد و سازگاری محدود با تغییر چشم‌اندازهای آموزشی باشد. (عباسی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۲) علاوه بر این، فقدان درک جامع از نقش و اهمیت مدیریت دانش در پرورش کارآفرینی، ممکن است توانایی این ریاست را برای واکنش فعالانه به چالش‌های نوظهور و سرمایه‌گذاری بر چشم‌انداز رشد بالقوه، مختل کند. (عبدی جمایران و همکاران، ۱۳۹۴: ۳) این تحقیق با آشکار کردن پیچیدگی‌های رابطه بین مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی در ریاست معارف کابل، به دنبال ارائه بینش‌های ارزشمندی است که می‌تواند فرآیندهای تصمیم‌گیری استراتژیک را ارائه دهد. درک چگونگی کسب، اشتراک و کاربرد دانش در سازمان، می‌تواند توصیه‌های عملی را برای تقویت ابتکارات کارآفرینی، بهبود عملکرد سازمانی و کمک به پیشرفت کلی سکتور آموزشی در کابل، ارائه دهد. (غنبرطهرانی و همکاران، ۱۳۹۷: ۲۹)



انجام پژوهش در این زمینه در هر دو حوزه علمی و کاربردی از اهمیت بالایی برخوردار است. در چشم‌انداز معاصر، سازمان‌ها به‌ویژه در بخش آموزش، با چالش‌ها و فرصت‌های بی‌سابقه‌ای مواجه هستند. (صبوری خسروشاهی، ۱۳۸۸: ۱۸۱) تکامل سریع اطلاعات و فناوری، همراه با ماهیت پویای نیازهای آموزشی، یک رویکرد استراتژیک برای مدیریت دانش در سازمان‌ها را ضروری می‌کند. (نجف‌قلی‌نژاد، صادق‌زاده و ایقان، ۱۳۸۹: ۷۳) مدیریت دانش نقشی محوری در تقویت نوآوری، تقویت فرایندهای تصمیم‌گیری و اطمینان از استفاده مؤثر از سرمایه فکری ایفا می‌کند. (درستی و رمضان‌زاده، ۱۳۹۶: ۳۱) بررسی تأثیر آن بر کارآفرینی سازمانی، به‌ویژه در ریاست معارف شهر کابل، پتانسیل ارائه بینش‌های ارزشمندی را در مورد چگونگی استفاده از دانش برای ارتقای فعالیت‌های کارآفرینانه که منجر به توسعه و بهبود ابتکارات آموزشی می‌شود، دارد. (کبیری نائینی و همکاران، ۱۴۰۲: ۹۵)

از منظر کاربردی، درک رابطه بین مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی برای مؤسسات آموزشی در شهر کابل و فراتر از آن، بسیار مهم است. یافته‌های این تحقیق می‌تواند سیاست‌گذاران، مدیران آموزشی و متصدیان را در ابداع استراتژی‌هایی برای مهار و استقرار مؤثر دانش برای پرورش فرهنگ کارآفرینی، راهنمایی کند. این امر به‌ویژه در دورانی که از مؤسسات آموزشی نه‌تنها انتظار می‌رود که دانش را منتشر کنند، بلکه برای انطباق، نوآوری و کمک به توسعه اجتماعی - اقتصادی جوامع خود اهمیت دارد. این تحقیق با کشف ارتباطات ظریف بین مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی، می‌تواند توصیه‌های عملی برای افزایش تاب‌آوری و ظرفیت سازگاری مؤسسات آموزشی در شهر کابل، ارائه دهد و از این طریق به اهداف گسترده‌تر پیشرفت آموزشی و پیشرفت اجتماعی، کمک کند.

با توجه به این مسئله، می‌توان فرض کرد که «مدیریت دانش تأثیر معناداری بر میزان کارآفرینی در ریاست معارف شهر کابل دارد». بنابراین هدف اصلی محقق این است که ارتباط مدیریت دانش با میزان کارآفرینی و همچنین شدت این ارتباط را



روشن سازد. به عبارت دیگر، محقق به دنبال پاسخ به این سؤال است: مدیریت دانش چه تأثیری بر میزان کارآفرینی سازمانی با تأکید بر ریاست معارف شهر کابل دارد؟

۱. مبانی نظری تحقیق

عصر حاضر عصر دانش است و به تازگی عصر اطلاعات را پشت سر گذاشته‌ایم. لذا تولید و استخراج دانش از اهمیت بالایی برخوردار است. در واقع آنچه در سازمان‌ها ارزش و اعتبار دارد، دانش است. (یوسف‌زاده و عابدی، ۲۰۲۲: ۴۲) طبق تحقیقات برخی محققین، در حال حاضر در کم‌تر از پنج سال، یک‌بار کل دانش بشری نو می‌شود و تولید دانش با سرعت پرشتابی در حال انجام است؛ به طوری که در سال ۲۰۲۰ هر ۷۰ روز کل دانش بشری نو می‌شود. (دانش‌فرد و جلیلی، ۱۳۸۹: ۳۳) لذا دانش به‌عنوان یک دارایی بسیار ارزشمند و یک منبع و سرمایه راهبردی، در سازمان‌ها و جوامع مورد توجه قرار می‌گیرد. (عظافر و همکاران، ۱۳۹۰) ارائه خدمات و محصولات با کیفیت و اقتصادی، بدون بهره‌گیری و مدیریت مناسب این منبع ارزشمند، کاری دشوار و اغلب غیرممکن است. (صدری ایوبی، ۱۳۹۹: ۱۸۱) دانش یک مفهوم چندبعدی و پویا است که معمولاً به شکل چندلایه، پویا و انتزاعی در ذهن انسان شکل می‌گیرد. (جمشیدی کهنساری و فرهادی محلی، ۱۳۸۷: ۳۷) بلاکر، دانش را به‌عنوان یک موضوع چندلایه و پویا تعریف می‌کند که در ذهن انسان قرار گرفته است. (خواجوی و کرمانی، ۱۴۰۰: ۸) این تعریف نشان می‌دهد که دانش می‌تواند از ابعاد گوناگونی تشکیل شود و به شکل پویا و تغییرپذیر در ذهن افراد و سازمان‌ها قرار بگیرد. از این رو مدیریت دانش و بهره‌گیری از آن برای سازمان‌ها بسیار حیاتی است؛ زیرا دانش به‌عنوان یک منبع اصلی برای ارتقای عملکرد و رشد در بازارهای رقابتی و پویا، بسیار ارزشمند است. (قوی‌پنجه و سلیمانی، ۱۳۹۴: ۳۱) دانش یک مفهوم چندگانه است و از ابعاد مختلفی مانند دانش فردی، دانش سازمانی و دانش جامعه‌ای تشکیل شده است. (نجاتیان و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۵۵)



مدیریت دانش به این ابعاد مختلف توجه می‌کند و سعی می‌کند تا دانش موجود در سازمان را به‌طور مؤثر مدیریت کند و از آن بهره‌برد. این نگرش به دانش باعث می‌شود که سازمان‌ها به‌طور مداوم برای بهبود فرایندهای مدیریت دانش خود، کوشش کنند و از دانش به‌عنوان یک منبع برای نوآوری، رشد و پایداری استفاده کنند. (چشمگان‌زاده و عدالتی، ۱۳۹۵: ۲۷)

۱-۱. مدیریت دانش

شناخت رو به رشدی در حوزه تجارت درباره اهمیت دانش به‌عنوان یک منبع حیاتی، برای سازمان‌ها وجود دارد. در اقتصاد جدید، افراد و سازمان‌ها بر نگهداری و ارتقای سرمایه دانشی خویش جهت ابتکار و خلاقیت تأکید بسیاری دارند. (Metaxiotis et al, 2005: 72) مدیریت دانش اگرچه مفهومی نسبتاً قدیمی است؛ اما در مفهوم نوین خود از اوایل دهه ۱۹۷۰ مطرح گردید. (میرزایی دستجردی و آخوندی، ۱۳۹۴: ۱۹) با نزدیک شدن به اواسط دهه ۱۹۸۰ و آشکار شدن اهمیت دانش و تأثیر آن بر حفظ قدرت رقابتی در بازارهای اقتصادی، مدیریت دانش اهمیت ویژه‌ای یافت. (عباسی، ۱۳۸۶: ۲۳) در این دهه بود که نظام‌های مبتنی بر هوش مصنوعی و نظام‌های هوشمند برای مدیریت دانش به کار گرفته شد و مفاهیمی چون «فراهم آوردن»، «انجینری دانش»، «سیستم‌های دانش‌مدار» و مانند آن‌ها رواج پیدا کرد. (عباسی و سیوندیان، ۱۳۹۹: ۷۸) با ورود به دهه ۱۹۹۰ فعالیت گسترده شرکت‌های آمریکایی و اروپایی و ژاپنی در حوزه مدیریت دانش، به نحو چشم‌گیری افزایش یافت. در اواسط دهه ۱۹۹۰ «ظهور وب جهانی»^۱، تحرک تازه‌ای به حوزه مدیریت دانش بخشید. «شبکه بین‌المللی مدیریت دانش در اروپا»، «مجمع مدیریت دانش ایالات متحده آمریکا» بر روی اینترنت فعالیت‌های خود را گسترش دادند. در سال ۱۹۹۵ «اتحادیه اروپا» طی برنامه‌ای به نام اسپریت، بودجه فراوانی را برای اجرای طرح‌های مدیریت دانش اختصاص داد. از این دوره به بعد، به تدریج شرکت‌های بزرگی مانند «ارنست و یانگ»، «بوز آلن و هملتون» و ده‌ها شرکت دیگر به شکل تجاری وارد

1. World wide web



عرصه مدیریت دانش شدند. (شمسی قمرانی، ۲۰۲۰: ۲۹) در سال‌های آغازین قرن ۲۱ مدیریت دانش برای بسیاری از کشورهای پیشرفته، به‌عنوان نماد رقابت و عامل دستیابی به قدرت و توسعه درآمد. در واقع در جهان امروز که تولید کالاها و ارائه خدمات به‌شدت دانش‌مدار گردیده‌اند، دانش‌دارایی و کلیدی برای کسب مزیت رقابتی است. (محمدنیا، ۱۳۹۱: ۸۶) از سال ۲۰۰۰ به بعد شرکت‌های بزرگ اروپایی حدود ۵۰٪ عواید خود را به مدیریت دانش اختصاص داده‌اند. (شمسی قمرانی، ۲۰۲۰: ۳۳)

۱-۲. کارآفرینی سازمانی

فرایندی که در آن محصولات یا فرایندهای نوآوری شده از طریق القا و ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان از قبل تأسیس شده، به ظهور می‌رسند. علاقه‌فزاینده به کارآفرین کردن سازمان و تلاش در جهت نهادینه کردن فرهنگ کارآفرینی در آن موجب شده که استراتژی‌های گوناگون از سوی صاحب‌نظران به‌منظور ایجاد کارآفرینی سازمانی طراحی و ارائه گردد. با مطالعه سیر تکامل دیدگاه‌های مختلف می‌توانیم دو نوع استراتژی اصلی در این رابطه را نام ببریم:

(۱) استراتژی وجود فرد کارآفرین درون سازمانی؛

(۲) استراتژی ایجاد کارآفرین سازمانی.

در استراتژی نوع اول، تأکید بر کارآفرینی فردی و گروهی است که نهایتاً منجر به تکمیل و اجرای یک تفکر خلاق و درون‌سازمانی می‌گردد؛ در حالی که در استراتژی نوع دوم محور اصلی خود سازمان است و به عبارتی تغییر آتی در ساختار، فرهنگ و رفتار سازمان ایجاد می‌گردد تا در نهایت محصول یا خدمت جدید گسترش یابد. (مهدوی، ۱۳۹۱: ۹۷) امروزه بسیاری از شرکت‌ها به لزوم کارآفرینی سازمانی پی برده‌اند. (علاقه‌بند، ۱۳۸۹: ۶۸) مکنزی و دیکامبو (۱۹۸۶)، معتقدند که فعالیت کارآفرینانه سازمانی، می‌تواند شامل توسعه یک محصول جدید تا ایجاد یک فرایند اثربخش باشد. (توانگر مروستی و همکاران، ۱۳۹۸: ۴۰۱)



۱-۳. کارآفرینی از دیدگاه دانشمندان مدیریت

گرچه از اوایل دهه هفتاد برخی محققین به تشریح کارآفرینی در درون سازمان‌ها پرداختند؛ اما تا اوایل دهه هشتاد این موضوع به‌طور جدی مورد توجه محققین قرار نگرفت. در این میان اندیشمندان مدیریت، ضمن انتخاب یک رویکرد فرایندی به تشریح مدیریت کارآفرینی و ایجاد جو و محیط کارآفرینانه در سازمان‌های موجود، پرداختند. (عباسی، ۱۳۹۲: ۴۳)

لیبنشاین، کسی را کارآفرین می‌داند که با اجتناب از بی‌کفایتی‌هایی که دیگران یا سازمان دارند، به کامیابی دست می‌یابد. ویژگی‌های عمده دیدگاه وی آن است که تأکید می‌ورزد در دنیای واقعیات، کامیابی کاملاً استثنا و شکست، قاعده است. (عباسی، ۱۳۹۲: ۴۹)

جمیز تامپسون، بر اساس ترکیب یافته‌های تحقیقات کلیدی در زمینه کارآفرینی ده نکته اساسی را بیان می‌کند (مقیم و همکاران، ۱۴۰۰: ۲۱۹):

الف) کارآفرینان افرادی هستند که خود را از دیگران متمایز می‌دانند؛

ب) کارآفرینی، موضع‌یابی و بهره‌برداری از فرصت‌هاست؛

ج) کارآفرینان منابع موردنیاز را برای بهره‌برداری از فرصت‌ها می‌یابند؛

د) کارآفرینان ارزش افزوده ایجاد می‌کنند؛

ه) کارآفرینان دارای دانش علمی هستند؛

و) کارآفرینان شبکه‌سازان اجتماعی و مالی خوبی هستند؛

ز) کارآفرینان سرمایه مالی، اجتماعی و هنری خلق می‌کنند؛

ح) کارآفرینان مدیریت ریسک دارند؛

ط) کارآفرینان در مواجهه با ناملایمات دارای قاطعیت و اراده هستند؛

ی) کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری را نیز شامل می‌شود.

از نظر وی، دانش به‌عنوان یک دارایی بسیار ارزشمند و یک منبع راهبردی در سازمان‌ها و جوامع مطرح است. همچنین بر اهمیت مدیریت دانش و بهره‌گیری از آن برای سازمان‌ها تأکید شده است؛ زیرا دانش به‌عنوان یک منبع اصلی برای ارتقای

عملکرد و رشد در بازارهای رقابتی و پویا بسیار ارزشمند است. این متن همچنین به ابعاد مختلف دانش، از جمله دانش فردی، سازمانی و جامعه‌ای اشاره می‌کند و بیان می‌کند که مدیریت دانش باید به این ابعاد توجه کند و سعی کند از دانش موجود، به بهترین شکل بهره ببرد.

مدیریت دانش به‌عنوان یک حوزه مهم و حیاتی، در مدیریت سازمان‌ها و توسعه آن‌ها به شمار می‌آید. این مفهوم در حال حاضر به‌عنوان یکی از ابزارهای اساسی در جهت ایجاد ارزش و افزایش توانمندی‌های سازمانی مطرح است. از دیدگاه مدیران و تحلیل‌گران، مدیریت دانش می‌تواند به‌عنوان یک رویکرد استراتژیک برای رشد و توسعه، در مواجهه با چالش‌های اقتصادی و رقابتی مورد استفاده قرار گیرد.

در طول سال‌ها، مدیریت دانش به یک دامنه گسترده از فعالیت‌ها و مفاهیم مانند ایجاد، انتقال و استفاده از دانش در سازمان‌ها تبدیل شده است. این فرایند شامل ایجاد فضایی برای اشتراک دانش و تجارب، تشویق کارکنان به اشتراک‌گذاری دانش خود و استفاده از فناوری اطلاعات و ابزارهای دیگر برای حمایت از این فرایند می‌شود.

نظریه‌هایی مانند مدل Nonaka و Takeuchi بر اهمیت تبدیل دانش ضمنی به دانش صریح و برعکس، تأکید دارند. این مدل‌ها بر این ایده متمرکزند که فرایند تبدیل دانش، یک فرآیند مارپیچی است که از تبدیل دانش ضمنی به صریح (برونی‌سازی)، ترکیب دانش صریح، درونی‌سازی دانش صریح (تبدیل انتقالی) تا تبدیل دانش ضمنی (جامعه‌پذیری) متغیر است. (پازوکی و حاجی زین‌العابدینی، ۱۳۹۶: ۶۹) در کل، مدیریت دانش نقش اساسی در ایجاد و حفظ مزیت رقابتی برای سازمان‌ها دارد؛ زیرا دانش به‌عنوان یکی از منابع اصلی سازمان‌ها، قادر است ارزش افزوده و توانمندی‌های بیشتری را فراهم کند. (نعمتی و همکاران، ۱۳۹۸: ۳۸)

- فرصت تعیین سرنوشت: داشتن یک شرکت، به کارآفرینان فرصت استقلال و تعیین سرنوشت را می‌دهد. آن‌ها می‌توانند به دنبال چیزهایی بروند که برایشان اهمیت دارد و از شرکت خود برای رسیدن به اهدافشان، استفاده کنند.



- فرصتی برای تمایز: کارآفرینان به‌عنوان افرادی که به دنبال فرصت‌های متمایزی در بازار هستند، به‌طور مداوم در حال آغاز فعالیت‌های جدید هستند. آن‌ها به دنبال ارائه محصولات یا خدماتی هستند که ارزش افزوده دارند و می‌توانند در بازار متمایز شوند.
- فرصتی برای کسب حداکثر توانایی بالقوه: برخلاف بسیاری از افرادی که کار خود را کسل‌کننده می‌بینند، کارآفرینان احساس قدرت و توانمندی می‌کنند. آن‌ها اعتقاد دارند که تفاوت بین کار و بازی وجود ندارد و کارآفرینی ابزاری برای نمایش قابلیت‌ها و خودشکوفایی فردی است.

۲. پیشینه تحقیق

جلالی و همکاران (۱۴۰۲) در مقاله‌ای نقش مدیریت دانش را در کارآفرینی سازمانی و ایجاد توسعه پایدار بررسی کرده‌اند. در این مقاله بیان شده که مدیریت دانش با ایجاد، توسعه و ترویج دانش و تمرکز بر دارایی‌های غیر فیزیکی سازمان، تجارب و دانش کارکنان، شرایطی را برای بروز رفتار کارآفرینانه فراهم می‌کند و باعث به وجود آمدن سازمان‌های کارآفرین می‌شود که مجموعه این اقدامات تأثیر مستقیمی بر روی رشد و توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی سازمان دارد. در واقع می‌توان گفت که سازمان‌ها اگر بخواهند از رویکرد کارآفرینی برای نیل به اهداف خود یعنی بقا، رشد و توسعه بهره‌مند شوند، باید با مدیریت دانش، شرایط را برای بروز رفتار کارآفرینانه فراهم کنند. مهم‌ترین عامل موفقیت کارآفرینی سازمانی، مدیریت کردن اثربخش دانش در سازمان است. با توجه به اینکه فعالیت‌های گوناگون اقتصادی، اجتماعی و سیاسی اثرهای مرتبط و متقابل بر جای می‌گذارند، بدون در دست داشتن یک راهبرد مشخص از این فعالیت‌ها و هماهنگ کردن آنان در یک نظام یکپارچه و همسوس نمی‌توان کار توسعه پایدار را پیش برد. این امر به توسعه همه‌جانبه و سیستمی نیاز دارد. پژوهش حاضر با هدف بررسی عوامل مؤثر بر حسابداری منابع انسانی و نقش آن در بهره‌وری سازمانی تدوین شده است. امروزه شاید بتوان گفت کارآفرینی سازمانی بسیار حائز اهمیت است و در نتیجه، باید مورد بحث و بررسی قرار گیرد. (جلالی و همکاران، ۱۴۰۲: ۲۱)

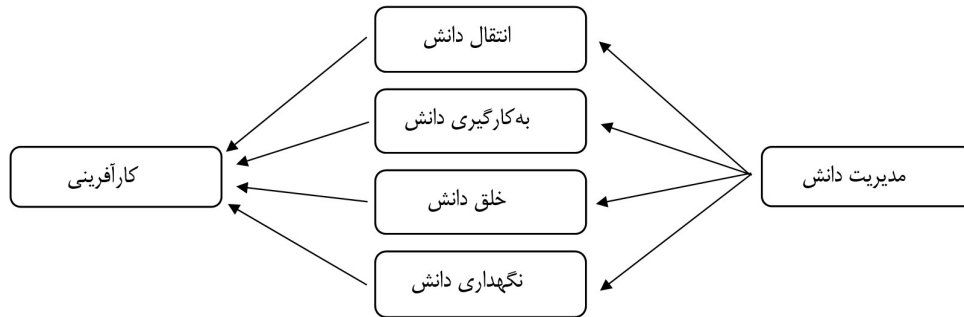


تحقیق دیگر توسط رحم‌دل (۱۴۰۰) با عنوان فراتحلیل مدیریت دانش و کارآفرینی انجام شده است. در این تحقیق بیان شده است که هرچند پژوهش در مورد مدیریت دانش در سازمان‌های کارآفرین مورد توجه بسیاری از دانشمندان بوده است؛ اما بیشتر این پژوهش‌ها به صورت مستقل انجام شده‌اند، نه نهادی، جغرافیایی یا صنعتی. هدف این پژوهش ترکیب نقش زمینه فعالیت شرکت‌ها و سازمان‌ها با تحقیقات مدیریت دانش و بررسی پیامدهای کارآفرینی است. این پژوهش به بررسی نظام‌مند مقالات مربوط به تئوری سرریز دانش کارآفرینی، نظریه نوآوری باز و دیدگاه نهادی مدیریت دانش در سازمان‌های کارآفرینی و ارزیابی بازده سرمایه‌گذاری در زمینه دانش و سرریز دانش در صنایع مختلف و سطوح گوناگون فعالیت اقتصادی (فرد، شرکت، صنعت، دانشگاه، منطقه) می‌پردازد. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که مدیریت دانش متأثر از سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی روی دانش است و هر دوی این سرمایه‌گذاری‌ها به طور مستقیم یا غیرمستقیم، بر نوآوری در سازمان تأثیر می‌گذارند. از سوی دیگر نوآوری به خاطر ایجاد مزیت رقابتی در کسب‌وکار، اغلب پایه و اساس کارآفرینی است. (رحم‌دل، ۱۴۰۰: ۲۰۳)

سالاریان و کجوری (۱۳۹۴) رابطه بین مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی اداره کل بنادر و دریانوردی استان مازندران) را بررسی کرده‌اند. در این بررسی بیان داشتند که 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. بر اساس یافته‌های پژوهش می‌توان ادعان داشت که توجه ویژه به مدیریت دانش و تلاش جهت بهبود مستمر آن به عنوان یک مزیت رقابتی در قرن ۲۱، سازمان‌ها را جهت رسیدن به اهداف خود و سوق دادن به سمت افزایش ظرفیت‌های کارآفرینی سازمانی و بهبود فرایندهای جاری سازمان بیش از پیش موفق خواهد کرد. با توجه به تحقیقات انجام شده دیده می‌شود که رابطه بین فرهنگ سازمانی و تعلق سازمانی به طور دقیق ملاحظه نشده است. بدین منظور این تحقیق انجام شده که از لحاظ علمی و کاربردی حائز اهمیت است؛

زیرا هم در بهبود سازمان مربوطه و هم در غنای ادبیات موضوعی تحقیق، کمک فراوانی خواهد کرد. (سالاریان و همکاران، ۱۳۹۴: ۶۵)

۳. مدل مفهومی



شکل ۱: مدل مفهومی تحقیق

۴. روش‌شناسی تحقیق

این تحقیق از روش توصیفی و میدانی استفاده می‌کند که برای بررسی و توزیع خصوصیات یک جامعه آماری به کار می‌رود. روش میدانی فراتر از یک روش معمولی در جمع‌آوری اطلاعات است؛ زیرا اغلب از پرسش‌نامه‌ها نیز استفاده می‌شود.

۴-۱. جامعه آماری

جامعه آماری این تحقیق را کارمندان ریاست معارف شهر کابل شامل بست‌های دوم، سوم، چهارم، پنجم و ششم تشکیل می‌دهد که طبق آمار این ریاست این تعداد به ۳۲۰ تن می‌رسند.

۴-۲. حجم نمونه

جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه کارمندان ریاست معارف شهر کابل است که بر اساس نمونه‌گیری ذیل، تعداد آن‌ها را محاسبه می‌کنیم.

$$n = \frac{N(Z_{\alpha/2})^2 PQ}{(N-1)D^2 + PQ(Z_{\alpha/2})^2} = \frac{320 \times (1/96)^2 \times 0/25}{320 \times (0/05)^2 + 0/25 \times (1/96)^2} = 175$$

N: تعداد جامعه آماری

P: مقدار ۰/۵

-p: q

d: در سطح خطای ۰/۵ برابر ۰/۰۵

Z^۲: ۳/۸۴۱۶

بر اساس فرمول کوکران حجم نمونه به دست آمده برای این تحقیق به تعداد ۱۷۵ نفر است.

۳-۴. بزار گردآوری اطلاعات

اطلاعات در این تحقیق به دوروش کتابخانه‌ای و تحقیق میدانی جمع‌آوری شد. در بخش مبانی نظری و ادبیات تحقیق از منابع کتابخانه‌ای استفاده شده و در بخش تحقیق میدانی از دو پرسش‌نامه جهت جمع‌آوری اطلاعات از جامعه آماری استفاده شد که هر دو پرسش‌نامه ذیلاً معرفی خواهد شد.

۴-۴. معرفی پرسشنامه

الف. پرسش‌نامه مدیریت دانش فونگ و چی (۲۰۰۹): پرسش‌نامه مدیریت دانش توسط فونگ و چی در سال ۲۰۰۹ ساخته شده است. این مقیاس دارای ۴۲ گویه و ۴ مؤلفه است، با یک مقیاس لیکرت شش درجه‌ای (کاملاً مخالف تا کاملاً موافق) و هر ماده دارای ارزشی بین ۱ تا ۵ است و با سؤالاتی مانند «کارکنان مشخصی در محل کار مسئول کسب دانش از منابع خارجی هستند؟» مدیریت دانش را می‌سنجد.

مؤلفه‌های پرسش‌نامه:

- کسب دانش؛
- خلق؛
- توزیع؛
- به‌کارگیری؛
- حفظ و ذخیره دانش.

ب. پرسش نامه کارآفرینی رایبیز و کلتز:

مؤلفه‌ها:

۱. خلاقیت: خلاقیت، توانایی در ایجاد ایده‌های جدید است. این ایده‌ها ممکن است منجر به ایجاد محصولات یا خدمات جدید شود. در واقع خلاقیت، قدرت نهفته در نوآوری است.
۲. مخاطره‌پذیری: اقدام به انجام عملی که از پیامد و خطرات آن به طور کامل خبر نداریم.
۳. استقلال: گرایش به سمت استقلال باعث انگیزه است. در واقع استقلال در عملی کردن رویاهای کارآفرینان نقش دارد و در نتیجه، آزادی عمل پاداشی برای کارآفرینی است.
۴. انگیزه: کارآفرینان به حدی از انگیزه می‌رسند که کارها را به خاطر ماهیتشان و نه فقط به جهت به دست آوردن پاداش و تشویق انجام می‌دهند.
۵. عزم و اراده: یک کارآفرین همیشه اعتماد به نفس و اراده را در خود تقویت می‌کند و با عزمی راسخ مسئولیت‌های تعیین شده خویش را انجام می‌دهد.
۶. اعتقاد به مقدسات: کارآفرینان قدرت خوبی برای درک وضعیت پیرامون خود و آینده دارند. آن‌ها همیشه به اهداف بلندمدتی فراتر از اهداف معمول و همیشگی می‌اندیشند.

۴-۵. روش تجزیه و تحلیل

در این تحقیق، اطلاعات به دست آمده از پرسش نامه‌ها با کمک نرم افزار SPSS 23 به جداول و گراف‌ها تبدیل و در دو بخش توصیفی و استنباطی تحلیل شده است. در بخش توصیفی، آمار جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان و ابعاد پرسش نامه توصیف شده و در قسمت استنباطی، آزمون فرضیات تحقیق صورت گرفته که از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است.

۵. تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این بخش به بررسی و تحلیل آمار به دست آمده از طریق پرسش نامه می‌پردازیم. ابتدا به آمار توصیفی پرداخته می‌شود و سپس آمار استنباطی برای آزمون فرضیه‌های تحقیق استفاده خواهد شد:



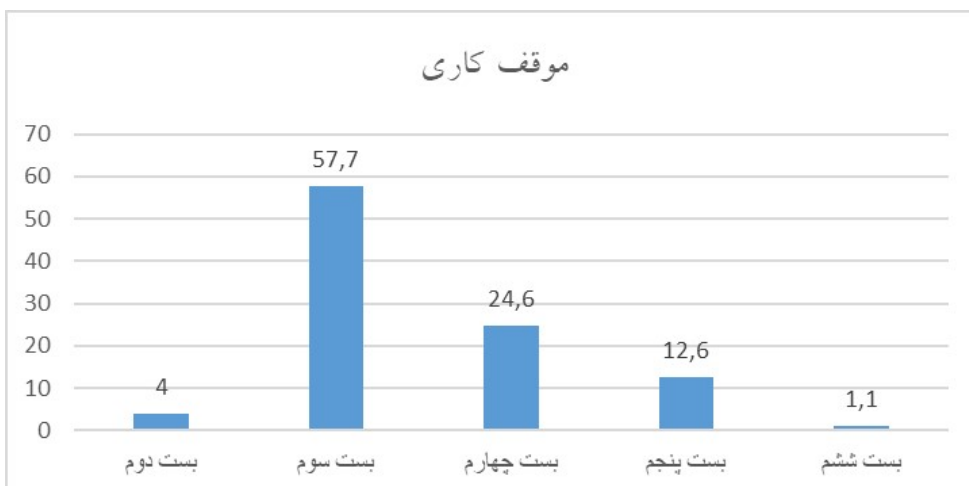
۵-۱. آمار توصیفی

این آمار شامل موقف کاری، تحصیلات، سن و تجربه کاری است.

• موقف کاری

جدول ۱: فراوانی پاسخ‌دهندگان بر اساس موقف کاری

رتبه	تعداد	فیصدی
بست دوم	۷	۴
بست سوم	۱۰۱	۵۷٫۷
بست چهارم	۴۳	۲۴٫۶
بست پنجم	۲۲	۱۲٫۶
بست ششم	۲	۱٫۱
مجموع	۱۷۵	٪۱۰۰



شکل ۲: فیصدی پاسخ‌دهندگان بر اساس جنسیت

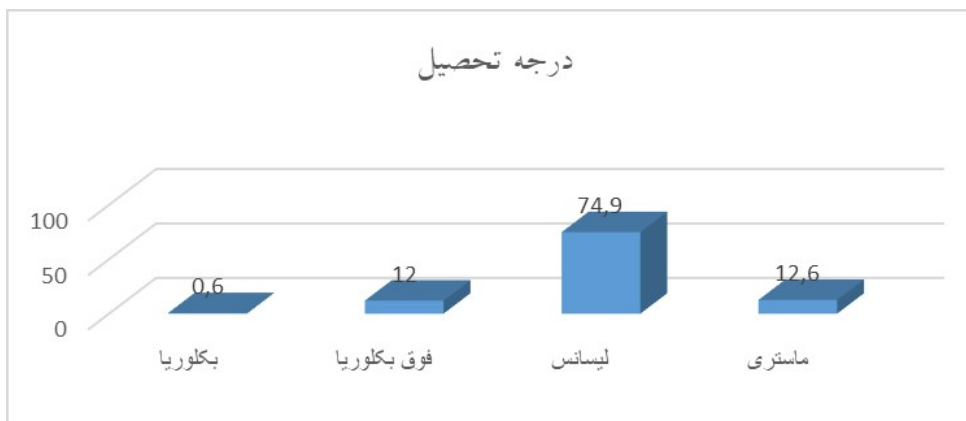
با توجه به جدول فوق مشاهده می‌شود که ۴٪ از افراد مورد بررسی از نگاه موقف کاری مشمول بست رتبه دوم، ۵۷٫۷٪ از افراد مورد بررسی، مشمول بست رتبه سوم و ۲۴٫۶٪ از افراد مورد بررسی مشمول بست رتبه چهارم، ۱۲٫۶٪ از افراد

موردبررسی، مشمول بست رتبه پنجم و ۱۴/۱٪ از افراد موردبررسی، مشمول بست رتبه ششم هستند. ارقام ارائه شده بیانگر آن است که بیشتر افراد در بست های رتبه سوم و چهارم مشغول هستند.

• **تحصیلات**

جدول ۲: فیصدی پاسخ دهندگان بر مبنای میزان تحصیلات

میزان تحصیلات	تعداد	فیصدی
بکلوریا	۱	۰/۶
فوق بکلوریا	۲۱	۱۲
لیسانس	۱۳۱	۷۴/۹
ماستری	۲۲	۱۲/۶
مجموع	۱۷۵	٪۱۰۰



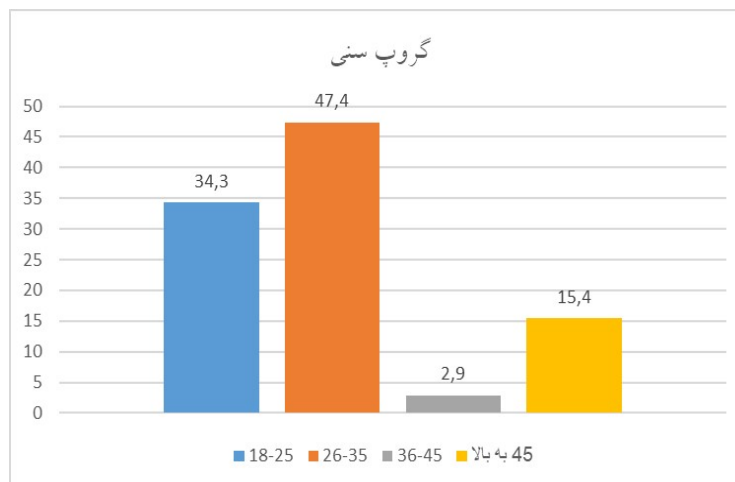
شکل ۳: فیصدی پاسخ دهندگان بر مبنای میزان تحصیلات

با توجه به جدول و نمودار فوق ۶/۰٪ از افراد در درجه بکلوریا، ۱۲/۰۰٪ فوق بکلوریا، ۷۴/۸۶٪ لیسانس و ۱۲/۵۷٪ از افراد موردبررسی دارای درجه تحصیل ماستری هستند. ارقام ارائه شده بیانگر این نکته است که اشتراک کنندگان از ظرفیت دانشی خوبی برخوردارند؛ چون بیشتر آن ها از تحصیلات خوبی برخوردارند.

• سن

جدول ۳: فراوانی پاسخ دهندگان بر اساس سن

سن	تعداد	فیصدی
۲۵-۱۸	۶۰	۳۴٫۳
۳۵-۲۶	۸۳	۴۷٫۴
۴۵-۳۶	۵	۲٫۹
۴۵ به بالا	۲۷	۱۵٫۴
مجموع	۱۷۵	٪۱۰۰



شکل ۴: فیصدی پاسخ دهندگان بر مبنای سن

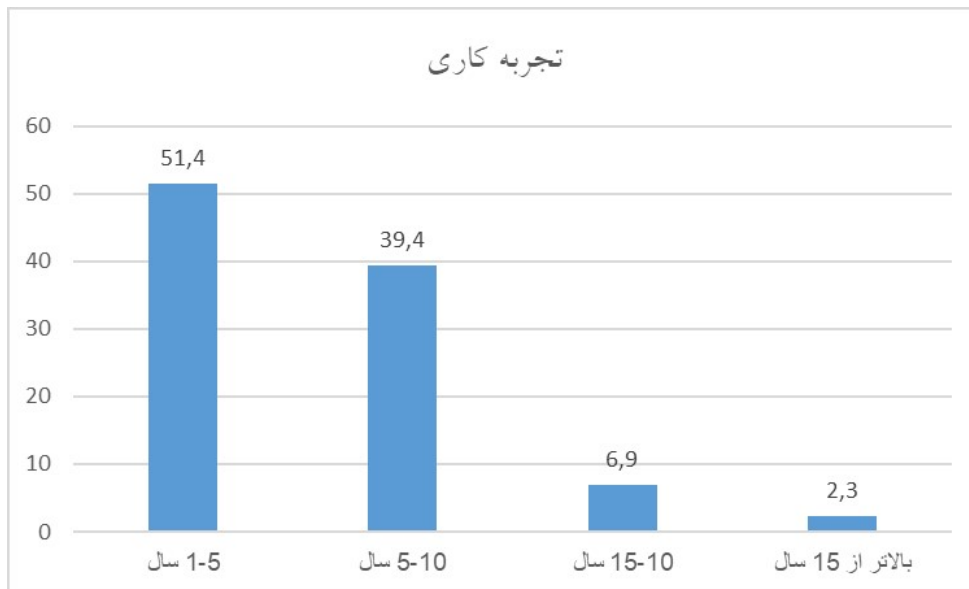
با توجه به جدول و نمودار فوق دیده می شود که اکثریت پاسخ دهندگان در سنین ۳۵-۲۶ سال قرار دارند که ۴۷٫۴ فیصد را تشکیل می دهند و بعد از آن ۳۴٫۳ فیصد در سن ۲۵-۱۸ سال، ۱۵٫۴ فیصد در سنین ۴۵ به بالا و ۲٫۹ فیصد در سنین ۴۵-۳۶ سال قرار دارند.

• تجربه کاری

جدول ۴: توزیع فراوانی و فیصدی پاسخ‌دهندگان بر مبنای تجربه کاری

میزان تحصیلات	تعداد	فیصدی
۱-۵ سال	۹۰	۵۱٫۴
۵-۱۰ سال	۶۹	۳۹٫۴
۱۵-۱۰ سال	۱۲	۶٫۹
بالاتر از ۱۵ سال	۴	۲٫۳
مجموع	۱۷۵	٪۱۰۰

شکل ۵: فیصدی پاسخ‌دهندگان بر مبنای تجربه کاری



بر اساس تجربه کاری اکثریت ۵۱٫۴ فیصد از پاسخ‌دهندگان دارای ۱-۵ سال سابقه بودند. بعد از آن ۳۹٫۴ فیصد ۱-۵ سال، ۶٫۹ فیصد ۱۰-۱۵ سال و ۲٫۳ فیصد بالاتر از ۱۵ سال سابقه کاری داشتند.

۲-۵. آمار استنباطی

- الف. آزمون فرضیه‌های تحقیق: برای آزمون فرضیه‌های تحقیق از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است.
- فرضیه اول: به نظر می‌رسد کسب دانش تأثیر معناداری بر میزان کارآفرینی سازمانی در ریاست معارف شهر کابل دارد.

جدول ۵: همبستگی بین کسب دانش و کارآفرینی

سطح معناداری	ضریب همبستگی	
۰/۰۰۰	۰/۲۶۳۷	کسب دانش
		کارآفرینی

با توجه به اینکه معناداری کوچک‌تر از $0/05$ به دست آمده است، رابطه معناداری میان کسب دانش و کارآفرینی وجود دارد و کسب دانش تأثیر معناداری بر میزان کارآفرینی می‌گذارد. بنابراین در سطح خطای $0/01$ و با سطح اطمینان ۹۹ درصد رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

فرضیه دوم: به نظر می‌رسد خلق دانش تأثیر معناداری بر میزان کارآفرینی سازمانی در ریاست معارف شهر کابل دارد.

جدول ۶: همبستگی بین خلق دانش و کارآفرینی

سطح معناداری	ضریب همبستگی	
۰/۰۰۰	۱۲/۶۶	خلق دانش
		کارآفرینی

با توجه به اینکه معناداری کوچک‌تر از $0/05$ به دست آمده است، رابطه معناداری میان خلق دانش و کارآفرینی وجود دارد و خلق دانش، تأثیر معناداری بر میزان کارآفرینی می‌گذارد. بنابراین در سطح خطای $0/01$ و با سطح اطمینان ۹۹ درصد رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

فرضیه سوم: به نظر می‌رسد توزیع دانش، تأثیر معناداری بر میزان کارآفرینی سازمانی در ریاست معارف شهر کابل دارد.

جدول ۷: همبستگی بین توزیع دانش و کارآفرینی

سطح معناداری	ضریب همبستگی	
۰/۰۰۰	۰/۹۲۳	توزیع دانش
		کارآفرینی

با توجه به اینکه معناداری کوچک‌تر از $0/05$ به دست آمده است، رابطه معناداری میان کسب دانش و کارآفرینی وجود دارد و توزیع دانش، تأثیر معناداری بر میزان کارآفرینی می‌گذارد. همچنین ضریب همبستگی بین توزیع دانش و کارآفرینی به $0/922$ می‌رسد. بنابراین در سطح خطای $0/01$ و با سطح اطمینان ۹۹ درصد رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

فرضیه چهارم: به نظر می‌رسد به کارگیری دانش تأثیر معناداری بر میزان کارآفرینی سازمانی در ریاست معارف شهر کابل دارد.

جدول ۸: همبستگی بین به کارگیری دانش و کارآفرینی

سطح معناداری	ضریب همبستگی	
۰/۰۰۰	۰/۷۲۲	به کارگیری دانش
		کارآفرینی

با توجه به اینکه معناداری کوچک‌تر از $0/05$ به دست آمده است، رابطه معناداری میان به کارگیری دانش و کارآفرینی وجود دارد و به کارگیری دانش، تأثیر معناداری بر میزان کارآفرینی می‌گذارد. همچنین ضریب همبستگی بین به کارگیری دانش و میزان کارآفرینی $0/722$ است. بنابراین در سطح خطای $0/01$ و با سطح اطمینان ۹۹ درصد رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

فرضیه پنجم: به نظر می‌رسد حفظ و نگهداری دانش تأثیر معناداری بر میزان کارآفرینی سازمانی در ریاست معارف شهر کابل دارد.

جدول ۹: همبستگی بین حفظ و نگهداری دانش و کارآفرینی

سطح معناداری	ضریب همبستگی	
۰/۰۰۰	۰/۱۲۸۶	حفظ و نگهداری دانش
		کارآفرینی

با توجه به اینکه معناداری کوچک‌تر از $0/05$ به دست آمده است، رابطه معناداری میان حفظ و نگهداری دانش و کارآفرینی وجود دارد و حفظ دانش، تأثیر معناداری بر میزان کارآفرینی می‌گذارد. بنابراین در سطح خطای $0/01$ و با سطح اطمینان ۹۹ درصد رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

نتیجه‌گیری

مدیریت دانش و عوامل مرتبط با آن، از جمله کسب دانش، خلق دانش، توزیع دانش، به‌کارگیری دانش و حفظ دانش، نقش حیاتی در تحقق کارآفرینی در سازمان‌ها دارد. بنابراین بهبود فرآیندها و سیستم‌های مدیریت دانش در محیط‌های سازمانی می‌تواند به بهبود نوآوری و کارآفرینی در سازمان‌ها کمک کند. این نتایج با سطح اطمینان ۹۹ درصد و سطح خطای $0/01$ معتبر است. بنابراین توسعه دانش و بهبود مدیریت دانش می‌تواند بهبود کارآفرینی و عملکرد سازمانی را تسریع کند. این امر، اثرات مثبت بهبود مدیریت دانش را بر کارآفرینی و عملکرد سازمانی تأیید و نیاز به توجه ویژه به این حوزه را تأکید می‌کند. بر اساس این تحقیق و با نگاه به فرضیه اول، به نظر می‌رسد که کسب دانش تأثیر معناداری بر میزان کارآفرینی سازمانی در ریاست معارف شهر کابل دارد.

بر اساس نتایج حاصل از این تحقیق و با توجه به فرضیه اول، می‌توان گفت که این تحقیق وجود رابطه معنادار و مثبت بین کسب دانش و کارآفرینی را به اثبات رسانده است. با توجه به معناداری کوچک‌تر از $0/05$ که به دست آمده است، کسب دانش تأثیر معناداری بر میزان کارآفرینی دارد و این تأثیر از نظر آماری معتبر است. به عبارت دیگر، با توجه به سطح اطمینان ۹۹ درصد، می‌توان گفت که وجود رابطه



مثبت و معنادار بین کسب دانش و کارآفرینی در سطح سازمانی، تأیید شده است. این نتایج نشان می‌دهد که در سازمان‌های واقع در ریاست معارف شهر کابل، افزایش سطح دانش و شناخت به‌عنوان یک منبع اصلی، می‌تواند به افزایش کارآفرینی و نوآوری در فعالیت‌های سازمانی کمک کند و این امر می‌تواند به بهبود عملکرد و رشد سازمانی منجر شود.

بر مبنای فرضیه دوم به نظر می‌رسد خلق دانش تأثیر معناداری بر میزان کارآفرینی سازمانی در ریاست معارف شهر کابل دارد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که وجود یک رابطه معنادار و مثبت بین خلق دانش و کارآفرینی قابل تأیید است. با توجه به معناداری کوچک‌تر از $0/05$ که به‌دست آمده است، خلق دانش تأثیر معناداری بر میزان کارآفرینی دارد و این تأثیر از نظر آماری معتبر است. از طرفی با در نظر گرفتن سطح اطمینان 99 درصد، می‌توانیم به این نتیجه برسیم که وجود یک رابطه مثبت و معنادار بین خلق دانش و کارآفرینی در سطح سازمانی تأیید شده است. این نتایج نشان می‌دهد که در سازمان‌های واقع در ریاست معارف شهر کابل، فرایند خلق دانش و ایجاد محتواهای جدید می‌تواند به افزایش کارآفرینی و نوآوری در فعالیت‌های سازمانی منجر شود و در نتیجه به بهبود عملکرد سازمانی کمک کند.

در فرضیه سوم به نظر می‌رسد توزیع دانش تأثیر معناداری بر میزان کارآفرینی سازمانی در ریاست معارف شهر کابل دارد. نتایج آزمون فرضیه نشان می‌دهد که معناداری کمتر از $0/05$ است. بنابراین با اطمینان بالا می‌توان گفت که فرضیه تحقیق تأیید می‌شود و ارتباط معناداری بین توزیع دانش و کارآفرینی وجود دارد و توزیع دانش تأثیر معناداری بر میزان کارآفرینی می‌گذارد. ضریب همبستگی نیز با مقدار $0/992$ نشان‌دهنده وجود یک رابطه مثبت و معنادار بین توزیع دانش و میزان کارآفرینی است. این نتایج به سطح خطای $0/01$ و با سطح اطمینان 99 درصد قابل قبول است.

بر مبنای فرضیه چهارم به نظر می‌رسد به‌کارگیری دانش تأثیر معناداری بر میزان کارآفرینی سازمانی در ریاست معارف شهر کابل دارد. نتایج آزمون این فرضیه نشان

می‌دهد که معناداری کمتر از $0/05$ است. بنابراین با اطمینان بالا می‌توان گفت: فرضیه تحقیق تأیید شده است و ارتباط معناداری بین به‌کارگیری دانش و کارآفرینی وجود دارد و به‌کارگیری دانش تأثیر معناداری بر میزان کارآفرینی می‌گذارد. ضریب همبستگی نیز با مقدار $0/722$ نشان‌دهنده وجود یک رابطه مثبت و معنادار بین به‌کارگیری دانش و میزان کارآفرینی است. این نتایج به سطح خطای $0/01$ و با سطح اطمینان ۹۹ درصد قابل قبول است.

مطابق فرضیه پنجم به نظر می‌رسد حفظ و نگهداری دانش تأثیر معناداری اش بر میزان کارآفرینی سازمانی در ریاست معارف شهر کابل دارد. نتایج نشان می‌دهد که معناداری کمتر از $0/05$ است. بنابراین با اطمینان بالا می‌توان گفت: فرضیه تحقیق تأیید شده است و ارتباط معناداری بین حفظ و نگهداری دانش و کارآفرینی وجود دارد و حفظ دانش تأثیر معناداری بر میزان کارآفرینی می‌گذارد. بنابراین در سطح خطای $0/01$ و با سطح اطمینان ۹۹ درصد، رابطه مثبت و معنادار بین حفظ و نگهداری دانش و کارآفرینی وجود دارد.

با توجه به نتایج به دست آمده، می‌توان نتیجه گرفت که مدیریت دانش و عوامل مرتبط با آن، نقش مهمی در تحقق کارآفرینی در سازمان‌ها دارد و افزایش سطح دانش، بهره‌وری و کارآفرینی را بهبود می‌بخشد. این نتایج تأیید می‌کند که توسعه و بهبود فرایندها و سیستم‌های مدیریت دانش در محیط‌های سازمانی، می‌تواند به بهبود نوآوری و کارآفرینی در سازمان‌ها کمک کند و لذا توجه بیشتری به این مسائل پیشنهاد می‌شود.

بنابراین بهبود فرایندها و سیستم‌های مدیریت دانش در محیط‌های سازمانی می‌تواند به بهبود نوآوری و کارآفرینی در سازمان‌ها کمک کند. این نتایج با سطح اطمینان ۹۹ درصد و سطح خطای $0/01$ معتبر است. بنابراین توسعه دانش و بهبود مدیریت دانش می‌تواند بهبود کارآفرینی و عملکرد سازمانی را تسریع کند. لذا بر اساس این نتایج، به رهبران سازمانی توصیه می‌شود که بر توسعه و بهبود فرایندها و سیستم‌های مدیریت دانش تمرکز کنند. این اقدامات می‌توانند به‌عنوان مؤثرترین

راه‌حل برای تقویت فعالیت‌های کارآفرینانه و ایجاد فرهنگ نوآوری درون‌سازمانی عمل کنند.

با توجه به اینکه این تحقیق با استفاده از روش‌های آماری معتبر و با سطح اطمینان بالا انجام شده است، نتایج آن می‌تواند به‌عنوان راهنمایی قابل‌اعتماد برای تصمیم‌گیری‌های استراتژیک سازمانی در زمینه توسعه دانش و ارتقای کارآفرینی مورد استفاده قرار گیرد.



فهرست منابع

۱. پازوکی، فاطمه و حاجی زین العابدینی، محسن، (۱۳۹۶)، به کارگیری استاندارد توصیف و دسترسی به منبع (RDA) در عملیاتی سازی مدیریت دانش بر اساس مدل نوناکا و تاکه اوچی، مطالعات کتابداری و علم اطلاعات (مجله علوم تربیتی و روانشناسی) پیاپی ۱۹، ص ۶۱-۷۶.
۲. توانگر مروستی و همکاران، (۱۳۹۸)، بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی، مجله توسعه آموزش جندی شاپور اهواز، ۱۰(۴)، ص ۳۹۵-۴۰۵.
۳. جلالی، مهروش و همکاران (۱۴۰۲)، نقش مدیریت دانش در کارآفرینی سازمانی و ایجاد توسعه پایدار، هفتمین همایش مطالعات اقتصادی و مدیریت در جهان اسلام.
۴. جمشیدی کهساری، حمزه و فرهادی محلی، علی، (۱۳۸۷)، مدیریت دانش و ارائه مدلی کاربردی در سازمان های خلاق، مجله راهبرد انجمن پردیس قم، شماره ۲.
۵. چشمگانزاده، سعیده و عدالتی، علی، (۱۳۹۵)، مروری بر مدیریت دانش؛ فرایند و راهبردهای آن در سازمان، کنفرانس ملی راه کارهای توسعه و ترویج آموزش علوم در ایران.
۶. خواجهی، شکرالله و کرمانی، احسان، (۱۴۰۰)، ویژگی های شخصیتی مؤثر بر تسهیم دانش در مؤسسات حسابرسی با رویکرد معادلات ساختاری، پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی (پژوهشنامه حسابداری مالی و حسابرسی)، ۱۳(۵۰)، ص ۱-۳۲.
۷. دانش فرد، کرم الله و جلیلی، سودابه، (۱۳۸۹)، کارآفرینی و خطمشی های کارآفرینی، خطمشی گذاری عمومی در مدیریت (رسالت مدیریت دولتی)، ۱(۲)، ص ۱۸۱-۲۱۵.
۸. درستی، فاطمه و رمضانزاده، غلام حسین، (۱۳۹۶)، بررسی سرمایه فکری و مدیریت دانش در ارائه نوآوری و خلاقیت سازمانی، کنفرانس سالانه پژوهش های معماری، شهرسازی و مدیریت شهری.
۹. رحم دل، ناصر، (۱۴۰۰)، فراتحلیل مدیریت دانش و کارآفرینی، مطالعات بین رشته ای دانش راهبردی، ۱۱(۴۴)، ص ۲۰۳-۲۳۱.





۱۰. سالاریان، محسن و کیا کجوری، داود، (۱۳۹۴)، بررسی رابطه بین مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی؛ مطالعه موردی اداره کل بنادر و دریانوردی استان مازندران، صنعت حمل و نقل دریایی، ۱ (۲)، ص ۶۵-۷۳.
۱۱. شمسی قمرانی، (۲۰۲۰)، اثربخشی والدگری مبتنی بر مهارت‌های سازمان‌دهی بر مهارت‌های سازمان‌دهی و عملکرد تحصیلی دانش‌آموزان با اختلال کم‌توجهی و بیش‌فعالی، توانمندسازی کودکان استثنایی، ۱۱ (۲)، ص ۲۳-۳۵.
۱۲. صبوری خسروشاهی، حبیب، (۱۳۸۸)، آموزش و پرورش در عصر جهانی شدن؛ چالش‌ها و راهبردهای مواجهه با آن، مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی، ۱۱ (۱)، ص ۱۵۳-۱۹۶.
۱۳. صدوری ایوبی، حوریه، (۱۳۹۹)، پیاده‌سازی مدیریت دانش در شهرداری تهران با رویکرد تصمیم‌گیری چند شاخصه ANP؛ مورد مطالعه: شهرداری منطقه ۵ تهران، نخبگان علوم و مهندسی، ۵ (۱)، ص ۱۷۶-۱۹۵.
۱۴. عباسی، حجت و سیوندیان، مرضیه، (۱۳۹۹)، مدیریت دانش و بررسی نقش هوش مصنوعی و سیستم‌های خبره در انواع آن، مجله پژوهش‌های معاصر در علوم مدیریت و حسابداری، ۲ (۴)، ص ۶۷-۸۰.
۱۵. عباسی، رضا، خلوتی جابری، سمیه و قلتاش، عباس، (۱۳۹۴)، مدیریت دانش و نقش آن در بهبود و کارایی مراکز آموزشی، کنفرانس علمی پژوهشی راه‌کارهای توسعه و ترویج آموزش علوم در ایران.
۱۶. عباسی، زهره (۱۳۸۶)، مروری بر مدل‌های پیاده‌سازی مدیریت دانش در سازمان‌ها، اولین کنفرانس ملی مدیریت دانش، تهران.
۱۷. عبدی جمایران، علی و همکاران، (۱۳۹۴)، بررسی نقش مدیریت دانش در سازمان‌های پیشرو و کارآفرین، کنفرانس بین‌المللی علوم رفتاری و مطالعات اجتماعی.
۱۸. عطاfer، علی و همکاران، (۱۳۹۰)، نقش منابع انسانی و مدیریت آن در مدیریت دانش، همایش ملی مدیریت فرایندهای سازمانی.

۱۹. علاقه‌بند، علی، (۱۳۸۹)، مدیریت عمومی، تهران: نشر روان.
۲۰. غنبرطهرانی، نسیم و همکاران، (۱۳۹۷)، ارائه مدل اشتراک‌گذاری دانش بین سازمانی (سازمان خیریه)، دومین همایش ملی خیر ماندگار، تهران.
۲۱. قوی‌پنجه، مهدی و سلیمانی روزبهانی، فاطمه، (۱۳۹۴)، نقش و تأثیر مدیریت دانش در ایجاد مزیت رقابتی پایدار در سازمان‌ها، کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در مدیریت و مهندسی صنایع.
۲۲. کبیری نائینی، مهدی و همکاران، (۱۴۰۲)، بررسی تأثیر فرایندهای مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی با نقش میانجی سبک‌های رهبری (مورد مطالعه: شعب بانک صادرات هرمزگان)، پژوهش‌های کارآفرینی و نوآوری، ۲(۳)، ص ۸۹-۱۰۱.
۲۳. محمدنیا، سکینه، (۱۳۹۱)، رابطه مدیریت دانش و خلاقیت با بهره‌وری کارکنان اداره سیستم‌های آموزشی شهرستان لامرد، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت.
۲۴. مقیمی، سیدمحمد و همکاران، (۱۴۰۰)، نظریه‌های کارآفرینی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۲۵. مهدوی، سید تقی و دیگران، (۱۳۹۱)، بررسی رابطه بین بلوغ مدیریت دانش و نوآوری و کیفیت خدمات در بانک مسکن شهرستان ارومیه، اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، نوآوری و تولید ملی.
۲۶. میرزایی دستجردی، مریم و آخوندی، ابوالفضل، (۱۳۹۴)، بررسی تأثیر فرایند مدیریت دانش در نظام آموزشی غیررسمی دانشگاه‌ها، دومین همایش ملی پژوهش‌های مهندسی صنایع، تهران.
۲۷. نجاتیان، مجید و همکاران، (۱۳۹۴)، بررسی تأثیر توانمندسازهای مدیریت دانش بر فرایند خلق دانش (مورد مطالعه: شرکت‌های تعاونی منتخب استان یزد)، پژوهشنامه مدیریت تحول، ۷(۱۳)، ص ۱۳۶-۱۶۵.



۲۸. نجف‌قلی‌نژاد، اعظم و صادق‌زاده وایقان، علی، (۱۳۸۹)، فناوری اطلاعات و بهینه‌سازی مدیریت دانش؛ ابزارها و چالش‌ها، کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۱۳(۲)، ص ۵۹-۹۵.
۲۹. نعمتی، مریم و همکاران، (۱۳۹۸)، ارتباط مدیریت دانش و مدیریت منابع انسانی و تأثیر آن بر مزیت رقابتی سازمان‌ها، همایش ملی پژوهش‌های مدیریت و علوم انسانی در ایران.
۳۰. یوسف‌زاده، ایمان و عابدی، نیل‌فروشان، (۲۰۲۲)، جهت‌گیری‌های روان‌شناختی و عملکردی افراد کارآفرین، مشاوره شغلی و سازمانی، ۱۴(۳)، ص ۳۷-۵۶.
31. Metaxiotis, K., Ergazakis, K., & Psarras, J. (2005). Exploring the world of knowledge management: agreements and disagreements in the academic/practitioner community. *Journal of knowledge management*.

