

فصلنامه مهندسی مدیریت نوین
سال هشتم، شماره چهارم، زمستان ۱۴۰۱

تأثیر مدیریت دانش بر اقتصاد دانش بنیان با نقش میانجی ذهنیت کارآفرینانه

محبوبه پرگو^۱، امیر آزاد ارمکی^۲، عارفه داودی^۳، سعید حاجی زاده^۴

چکیده

این پژوهش به بررسی تأثیر مدیریت دانش از نظر توسعه اقتصاد دانش بنیان با نقش واسطه‌ای ذهنیت کارآفرینانه می‌پردازد. پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ ماهیت و روش توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش حاضر مدیران شرکت مترو می‌باشد. به منظور برآورد حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده است که حجم نمونه برابر با ۷۳ نفر محاسبه گردید. برای نمونه‌گیری از روش تصادفی ساده که زیرمجموعه‌ای از نمونه‌گیری احتمالی است، استفاده گردید. این مطالعه داده‌ها را با استفاده از پرسش‌نامه استاندارد که روایی و پایایی آن تأیید شده است، جمع‌آوری نموده است. از نرم‌افزار *spss* و *pls* و مدل‌سازی معادلات ساختاری برای آزمون فرضیه‌ها استفاده شد. یافته‌ها نشان داد که مدیریت دانش تأثیر مثبت و معناداری بر اقتصاد دانش بنیان و ذهنیت کارآفرینانه دارد. علاوه بر این، ذهنیت کارآفرینی نقش مثبت و معناداری در میانجیگری رابطه بین مدیریت دانش و اقتصاد دانش بنیان دارد. نتایج حاکی از آن است که دانش یکی از ابزار اصلی برای پاسخ به اقتصاد مبتنی بر دانش است و داشتن نیروی انسانی که دارای ذهنیت کارآفرینی باشد نقش بسیار حیاتی در پیشبرد اقتصاد دانش بنیان دارد. این مطالعه به شکافی در ادبیات مربوط به رابطه بین مدیریت دانش، اقتصاد دانش بنیان و

۱- استادیار گروه مدیریت کارآفرینی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسؤل)
mahboub.porgou@yahoo.com

۲- دانشجوی دکتری گروه اقتصاد، پردیس دانشگاه تهران، ایران

۳- کارشناسی ارشد گروه مدیریت صنعتی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۴- استادیار دانشگاه علمی کاربردی، گروه صنعتی گلرنگ

ذهنیت کارآفرینانه پرداخته است و نتایج حاکی از عملکرد ذهنیت کارآفرینانه است، زیرا اطمینان از اینکه کارکنان شرکت‌ها فرصت‌های کارآفرینی را می‌شناسند، عنصر مهمی در ایجاد اقتصاد دانش‌بنیان است.

واژه‌های کلیدی: اقتصاد دانش‌بنیان، شرکت دانش‌بنیان، مدیریت دانش، ذهنیت کارآفرینانه

مقدمه

از آنجایی که محیط کسب‌وکار به‌طور فزاینده‌ای رقابتی و پیچیده می‌شود، شرکت‌ها بقای خود را دشوار می‌یابند و تنها چیزی که به‌طور فزاینده‌ای آشکار می‌شود این است که چه چیزی یک برنده را از یک بازنده متمایز می‌کند، دانش کلید موفقیت در این دوران پرتلاطم است. (باترا^۱، ۲۰۱۷) سازمان‌ها با منابع و دارایی‌های متعدد به اهداف خود دست می‌یابند. برخی از ارزشمندترین منابع و دارایی‌ها تنها و انحصاری برای کسب مزیت رقابتی هستند. چنین مواردی به‌عنوان جایگزینی نهایی برای تولید دانش، ثروت و سرمایه پولی تلقی می‌شود. (آزما و همکاران^۲، ۲۰۱۵) امروزه دانش به‌عنوان یک سرمایه و دارایی غیرملموس جایگاه مهمی در سازمان پیدا کرده است به‌کارگیری هر چه بهتر و مؤثرتر دانش سازمانی به‌صورت سازمان‌دهی شده و مدیریت‌شده پیشرفتی قابل توجه از لحاظ اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در سازمان ایجاد می‌کند. (آزادارمکی و همکاران، ۱۴۰۰) اگر به دقت عواملی را که به بقای بلندمدت و موفقیت رقابتی شرکت‌ها نسبت داده می‌شوند، مشاهده کنیم، آشکار می‌شود که دلیل این امر شرایط مالی آن‌ها نیست، بلکه نحوه تلاش آگاهانه آن‌ها برای یادگیری، تدوین، ایجاد و استفاده از دانش است. (صبا^۳، ۲۰۲۲) در دسترس بودن یک پایگاه دانش قوی در بسیاری از شرکت‌ها نقش مهمی در موفقیت آن‌ها دارد. اکنون زمان آن فرارسیده است که سازمان‌های تجاری دامنه بالقوه مدیریت

¹ Batra

² Azma&etal

³ Saba

دانش و نیاز به اجرای آن را تا حد امکان خلاقانه و گسترده درک کنند.^۱ (نلیما، ۲۰۱۵) آموزش و دانش شرایط اساسی برای رقابت در بازار کار است زیرا اطلاعات مبتنی بر دانش، اقتصاد و جامعه ارزش کسب و کار را افزایش می‌دهد. (فیرسوا و همکاران^۲، ۲۰۲۱؛ آکودا و همکاران^۳، ۲۰۱۹؛ بیسریل و مریت^۴، ۲۰۲۱) دانش به‌طور فزاینده‌ای به‌عنوان برای توسعه اقتصادی تثبیت شده است، زیرا سنگ بنای سازمان‌ها دیگر مقدار کار فیزیکی انبوه نیست (مانند تصورات کلاسیک اقتصادهای سرمایه‌داری) بلکه اطلاعات و یادگیری مادام‌العمر است. (گیرآلدو و همکاران^۵، ۲۰۲۲) استفاده از دانش در اقتصاد منجر به تولد مفهومی گردیده است که این روزها اقتصاد دانش یا اقتصاد دانش بنیان نامیده می‌شود. در اقتصاد دانش بنیان، نیروی کار شامل دانش کارکنانی است که سرمایه اصلی آن‌ها اطلاعات می‌باشد و فرد توانگر به کسی گفته می‌شود که دانش کاربردی بیشتری داشته باشد. (پاشایی و کامکار، ۱۳۹۶) با حرکت جهان به سمت اقتصاد دانش بنیان، دانش به‌عنوان محرک اصلی این اقتصاد جدید در نظر گرفته می‌شود. (سلیمان و همکاران^۶، ۲۰۲۲) زمینه همه‌گیری کووید-۱۹ اهمیت بخشی از تحول دیجیتال و ایجاد ارزش افزوده برای مشتریان خود را برای مدل‌های تجاری فعلی تأیید کرده است. در چنین زمینه‌ای، دارایی‌های اصلی اطلاعات، بسترهای فناوری و نوآوری‌ها هستند (سیوریاک^۷، ۲۰۲۰). برای رقابت در اقتصاد جهانی، کشورهای در حال توسعه باید اطمینان اطمینان حاصل کنند که نیروی کار ماهر برای پاسخگویی به نیازهای متغیر اقتصاد دانش بنیان جدید کمک می‌کنند. در اقتصاد مبتنی بر دانش معمولاً نوآوری اقتصادی و تعامل بنگاه‌ها با یکدیگر در فضای مبادله‌ای کارآمدتری صورت می‌گیرد. (رضوان اشرفی

¹ Neelima

² Firsova&etal

³ Aceved&etal

⁴ Becerril&Merritt

⁵ Giraldo&etal

⁶ Sulaiman&etal

⁷ Ciuriak

و تقوی، ۱۳۹۹) تولید سریع دانش جدید و بهبود دسترسی به مباحث دانش، به هر طریقی که باهم ترکیب شوند (آموزش، تربیت، انتقال دانش فنی و انتشار نوآوری‌ها)، فاکتورهایی هستند که بهره‌وری اقتصادی، نوآوری، کیفیت کالاها و خدمات و برابری بین افراد، رده‌های اجتماعی و نسل‌ها را افزایش می‌دهند. (حمزه‌زاده و خوش‌سیما، ۱۳۹۶)

با توجه به فضای کسب‌وکار پرتلاطم کنونی، ادامه روند فعالیت‌های اقتصادی و کسب‌وکار شرکت‌ها به روش‌های مرسوم و سنتی گذشته، سهم مناسبی از بازار را در اختیار صاحبان کسب‌وکار نخواهد گذاشت و نیاز به روش‌های نوآورانه و کارآفرینانه در بازار به شدت احساس می‌شود (ناظم و همکاران، ۱۴۰۰). کارآفرینی یک الگوی رفتاری است که افراد می‌توانند از طریق آموزش یاد بگیرند تا بدانند چگونه کارآفرینانه رفتار کنند. توسعه رفتارهای کارآفرینانه مدیران به عنوان یک مکانیسم مهم برای تشویق نوآوری در سازمان‌ها در نظر گرفته می‌شود. (طاهرخانی و همکاران^۱، ۲۰۲۲) ذهنیت کارآفرینی به عنوان یک ذهنیت کنشگر که جهت‌دهی به ایده‌ها است، می‌تواند به عنوان نیروی محرکه برای یادگیرندگان برای شرکت در تجربیات مختلف عمل کند از جمله دانش. (داسپیت و همکاران^۲، ۲۰۲۱) ذهنیت و آموزش کارآفرینی اغلب در رابطه با فعالیت‌های کارآفرینی یا کارآفرینان مورد بحث و تحقیق قرار می‌گیرد (جیاتونگ و همکاران^۳، ۲۰۲۱) ذهنیت کارآفرینی می‌تواند افراد را در یادگیری و هدایت ساختارهای سازمانی توانمند کند و تشخیص تنوع فرصت‌ها برای تمرین یا یادگیری حرفه‌ای را تسهیل کند. ذهنیت کارآفرینی به عنوان یک یادگیری فردی و ذهنیت مبتنی بر هویت، مدیریت دانش فردی را در چارچوب مدیریت دانش سازمانی تسهیل می‌کند. (کوزنتسوا^۴، ۲۰۲۲) از این رو مدیریت دانش در سازمان می‌تواند به عنوان بستر ظهور کارآفرینی باشد (امیری، ۱۳۹۷)، البته نظریه‌پردازان کارآفرینی هنوز در مورد این که

¹ Taherkhani&etal

² Daspit&etal

³ Jiatong&etal

⁴ Kuznetsova&etal

آیا کارآفرینی رفتاری اکتسابی بوده و قابل آموزش دادن و یادگیری است و یا صفتی ذاتی می‌باشد تردید دارند اما از سوی دیگر سیاستمداران و سیاست‌گذاران همچنان مدافع آموزش کارآفرینی هستند زیرا آن‌ها به نقش اقتصادی درک شده آن فکر می‌کنند (آزادارمکی و همکاران، ۱۴۰۰). بنابراین، هرچه توسعه دانش و مهارت‌های کارآفرینی در آموزش کارآفرینی مؤثرتر باشد، احتمال افزایش ذهنیت و هوشیاری کارآفرینی بیشتر است. معیار مورد استفاده برای ارزیابی آموزش کارآفرینی مبتنی بر توسعه دانش و مهارت‌های کارآفرینی است و یافته‌ها نشان می‌دهد که توسعه هر دو حوزه در توسعه هوشیاری کارآفرینی و ذهنیت کارآفرینی مهم است. (سعادت و همکاران، ۲۰۲۲)

امروزه مدیریت دانش به‌عنوان یکی از چالش‌های مهم در توسعه اقتصادی مرتبط با دنیای صنعت، مطالعات خدمات و اطلاعات به شمار می‌رود. اتخاذ و اجرای مدیریت دانش ممکن است به‌عنوان یک عامل پیشرفت برای شرکت‌هایی که مایل به ادغام آن در اقتصاد دانش‌بنیان هستند در نظر گرفته شود. مدیریت دانش سازمان‌ها را قادر می‌سازد تا در هنگام ارائه خدمات به عموم، تصمیمات هوشمندانه‌تری اتخاذ کنند. امروزه شالوده اقتصاد جدید از منابع طبیعی به دارایی‌های فکری تغییر کرده است و مدیران ارشد ممکن است مجبور شوند بر مدیریت دانش تمرکز کنند که به‌عنوان مهم‌ترین منبع و قابلیت دستاوردهای شرکت‌های مدرن شناخته در راستای هوشمندسازی کسب‌وکارها شده است. مدیریت دانش به مسائل حیاتی پذیرش، بقا و شایستگی سازمانی در مواجهه با یک محیط فزاینده در حال تغییر می‌پردازد. مدیریت دانش مظهر فرآیندهای سازمانی است که به دنبال ترکیبی هم‌افزایی شده از داده‌ها و قابلیت‌های پردازش اطلاعات و ظرفیت خلاق و نوآورانه انسان‌ها هستند که در هوشمندی کسب‌وکار نقشی کلیدی را ایفا می‌کنند. اطلاعات و دانش مدیریت سازمان‌ها را قادر می‌سازد تا در هنگام ارائه خدمات به مردم تصمیمات هوشمندانه‌تری اتخاذ کنند و از طریق دانش، کسب‌وکارها می‌توانند محدودیت‌های خود را از بین و از طریق آن توسعه اقتصادی و اجتماعی ملی و

¹ Saadat&etal

محلی خود را بهبود داده و فرصت‌های شغلی سالم‌تری را ایجاد کنند. مدیریت دانش به‌طور فزاینده‌ای نه به‌عنوان جدیدترین حوزه مدیریتی، بلکه به‌عنوان روشی ارگانیک، پویا و کل‌نگر برای درک و بهره‌برداری از نقش دانش در فرآیند مدیریت و انجام کار به‌عنوان مفهوم ستایش شده و کاربردی تثبیت شده است. دانش به‌عنوان یک منبع و مدیریت دانش به‌عنوان فرامنبع، عواملی هستند که ظرفیت خلاقیت و نوآوری یک شرکت را تعیین می‌کنند. دانش یک دارایی مهم تجاری است که سازمان‌ها را از صرف زمان برای اختراع مجدد راه‌حل‌ها بازمی‌دارد و تمرکز سازمان را بر ارائه خروجی با کیفیت بالاتر از قبل حفظ می‌کند. این امر از طریق ذخیره پیاده‌سازی و استقرار چرخه مدیریت (کشف و شناسایی منابع دانشی، خلق آن، سازمان‌دهی، انتشار و اشتراک‌گذاری و بهره‌برداری از آن) با هدف بهبود دانش در طول چرخه مدیریت انجام می‌شود. امروزه هر نوع شرکتی متأثر از اقتصاد دانش‌بنیان است و این موضوع بیانگر این مهم است که دانش مهم‌ترین منبع برای ایجاد مزیت رقابتی است. به همین دلیل است که شرکت‌ها باید استراتژی‌های مؤثر مدیریت دانش را در راستای استراتژی‌های کسب‌وکار خود و متناسب با مدل‌های تجاری خود توسعه دهند.

با نگاهی به رویکردهای آموزشی و عناصر ذهنیت کارآفرینی که می‌تواند از عملکرد مدیریت دانش فردی حمایت کند، جنبه‌های خاصی از تجزیه و تحلیل ظاهر شده است. بنابراین، ذهنیت کارآفرینی که حول محور فعالیت‌های منحصربه‌فرد و هویت کارکنان تمرکز می‌کند، می‌تواند بالا بردن موضوعات مرتبط با زندگی کاری را به‌طور مداوم در جستجوی موقعیت‌های یادگیری و موضوعات حمایت‌کننده از این سفر خودسازی تسهیل کند. به‌عنوان یک ذهنیت ایده به زندگی فعال، کارکنان را تشویق می‌کند تا در پروژه‌های متنوع، جوامع (بین‌رشته‌ای) تمرین نموده و در دوره‌هایی شرکت کنند که آن‌ها را در معرض بسیاری از زمینه‌های اجتماعی قرار می‌دهد تا در نتیجه آن فرصت تجربه و توسعه فردی خود با دانش جدید و متناسب با کسب کار را در محیط پرتلاطم اقتصادی به دست آورند. هویت (آگاهی) آن‌ها در این زمینه‌ها و افزایش آگاهی از هویت فردی

منجر به دید کلی بهتر از دانش در اختیار، بیان ضمنی به دانش آشکار و شیوه‌های مدیریت دانش معنادارتر می‌شود.

صنعت حمل‌ونقل ریلی درون‌شهری با برخورداری از تنوع در دانش و علوم مختلف دارای اهمیت ویژه در آموزش مستمر و توسعه نیروی انسانی به فراخور رشد تکنولوژی می‌باشد. از آنجا که شرکت بهره‌برداری راه‌آهن شهری تهران و حومه اولین شرکت در حمل‌ونقل ریلی درون‌شهری کشور می‌باشد، در رویارویی با ضرورت توسعه مفهوم مدیریت دانش و جاری‌سازی آن در شرکت بهره‌برداری راه‌آهن شهری تهران و حومه و همچنین نیاز مبرم این شرکت به توسعه کانال‌های جدید درآمدی با توجه به افزایش هزینه‌های جاری شرکت اعم از حقوق و دستمزد، اورهال ناوگان ریلی و بهسازی زیرساخت‌ها و خطوط ریلی توجه به مدیریت دانش در راستای دستیابی به اقتصاد دانش‌بنیان بسیار حائز اهمیت می‌باشد.

این امر مسلم و مهم به دلیل رویارویی شرکت با به اجرا درآوردن برنامه‌های توسعه خطوط و از طرفی هم نیازهای شدید مالی این شرکت با توجه به مستهلک شدن دارایی‌های فیزیکی و همچنین خروج خیل عظیمی از سرمایه‌های انسانی شرکت در آینده‌ای نزدیک شرکت بهره‌برداری راه‌آهن شهری تهران و حومه را بر آن داشته تا، به‌طور اساسی و اصولی به این جنبه از مفهوم مدیریت دانش و اقتصاد دانش‌بنیان بیش‌تر بپردازد کما اینکه در طی مواجهه با پاندمی کرونا و به‌تبع آن کاهش درآمدهای این شرکت مقدمات طراحی ساختاری برای اجرای فعالیت‌های نوآورانه و برنامه‌های توسعه و تجاری‌سازی فناوری‌های موردنیاز در اکوسیستم نوآوری با همکاری نهادهای متولی دولتی را به اجرا گذاشته است. اما متأسفانه تاکنون به‌صورت یک سازوکار رسمی و درهم‌تنیده با فعالیت‌های اصلی شرکت پیش نرفته و با تغییرات متعدد در ساختار کلان شرکت بسیار کند و آرام پیش رفته است.

از سوی دیگر نیاز به نیروی انسانی آزموده و آماده توسط سازمان‌های قطار شهری‌های کشور و انتظار پرورش آن‌ها توسط این شرکت را در اجرای امور تربیتی و

آموزشی در حد پائین تر از سطح انتظار، دچار مشکل و بحران نموده است. لذا برای تأمین نیازهای داخل و خارج از شرکت و مواجهه با تهدیدها، توجه به مفهوم مدیریت دانش با رویکرد دستیابی به درآمدها و استقرار فرایندهایی در راستای اقتصاد دانش‌بنیان به‌عنوان یکی از راهکارهای مهم و مؤثر ساماندهی مشارکت کارکنان در تحقق اهداف شرکت تلقی گردد.

با توجه به چالش‌های مورد اشاره و وضعیت اقتصادی کشور و نهادهای بالادست شرکت مترو در راستای تأمین منابع مالی موردنیاز شرکت از یک‌سو و برخی گلوگاه‌های تصمیم‌گیری مدیران در اخذ تصمیم‌های بهنگام و جسورانه در راستای اجرای طرح‌های خلاقانه و نوآورانه ما را بر آن داشت تا نقش ذهنیت کارآفرینانه مدیران را بررسی نماییم. چراکه به نظر می‌رسد مدیران با ذهنیت کارآفرینانه و خلاقانه شیوه تفکری متفاوتی داشته و برخلاف مدیران محافظه‌کار از خطاها و ریسک‌های تصمیم‌گیری جسورانه ترسی ندارند. مدیران کارآفرین می‌دانند که باید به جلو بروند، حتی اگر اشتباه کنند. لذا مدیران و تصمیم‌گیران ارشد مترو تهران لازم است یاد بگیرند که مشکلات را از طیفی وسیع و در زوایای مختلف بررسی نمایند و باور داشته باشند که موتور محرکه مدیران کارآفرین چشم‌انداز آن‌هاست. بخش مهمی از تفکر کارآفرینانه معطوف به مسائلی همچون: سادگی استفاده، نظم و انضباط، دستیابی مستمر به اهداف و ... است اما نکته بسیار مهم ارائه ارزشی است که می‌تواند برای سازمان به ارمغان آورده و مشکلات را حل نماید؛ بنابراین به نظر می‌رسد که ذهنیت کارآفرینانه مدیران شرکت می‌تواند به‌عنوان یک متغیر میانجی، جسارت تصمیم‌گیری ایشان را در اخذ تصمیم‌های جسورانه و نوآورانه به‌منظور جاری‌سازی استراتژی‌های اقتصاد دانش‌بنیان را ارتقا داده و راه‌حل عمده مشکلات شرکت باشد. بدیهی است پرداختن به ایجاد چنین تمهیداتی در میان‌مدت کافی نبوده بلکه پاسخگویی به نیازهای داخل و خارج از شرکت نیازمند برنامه‌ریزی و مبادرت به اقدامات اساسی و ریشه‌ای و پایدار در ارائه خدمات و ایجاد سازمان دانش و دانایی محور با تکیه بر درآمدهای ثانویه و مدل‌های اقتصادی و کسب‌وکار جدید و ناب

می‌باشد که به‌عنوان استراتژی کلان و الگویی برای شرکت‌های تابعه شهرداری تهران همواره از طرف شهرداری تهران به‌عنوان نهاد بالادست شرکت مترو تهران ابلاغ گردیده است.

مروری بر ادبیات و مبانی نظری پژوهش

مدیریت دانش: مدیریت دانش به‌عنوان یک عامل مهم و ضروری برای بقای سازمان و حفظ قدرت رقابتی ترویج می‌شود. مدیریت دانش به‌عنوان چارچوبی برای طراحی استراتژی، ساختارها و فرآیندهای سازمان شناخته می‌شود تا سازمان بتواند از آنچه می‌داند برای یادگیری و ایجاد ارزش اقتصادی و اجتماعی برای مشتریان و جامعه خود استفاده کند. (خارل و همکاران^۱، ۲۰۲۲) دانش و مدیریت دانش به‌عنوان یک ویژگی مهم برای بقای سازمان تلقی می‌شود. درحالی‌که کلید درک موفقیت‌ها و شکست‌های مدیریت دانش در سازمان‌ها، شناسایی منابعی است که به سازمان‌ها اجازه می‌دهد تا دانش را بشناسند، ایجاد کنند، تبدیل و توزیع کنند. سازمان‌هایی که به‌طور مؤثر دانش خود را مدیریت و انتقال می‌دهند، نوآورتر هستند و عملکرد بهتری دارند (ریج^۲، ۲۰۰۷) مدیریت دانش خود را می‌توان از چندین دیدگاه و بعد فرآیند تعریف کرد. نوناکا و همکاران پایه‌های مدیریت دانش سازمانی را با تمایز دانش ضمنی و صریح و تأثیر متقابل آن‌ها در دانش پایه‌ریزی کرد. دانش ضمنی شخصی و شهودی است (مانند دوچرخه‌سواری) تجربه شخصی و "یادگیری از طریق انجام". دانش صریح رسمی و مستند است (مانند باد کردن لاستیک دوچرخه). (اسچنک و همکاران^۳، ۲۰۲۳)

اقتصاد دانش‌بنیان: را به‌عنوان اقتصادی مبتنی بر تولید، تجاری‌سازی و استفاده از دانش و اطلاعات به‌منظور دستیابی به توسعه پایدار با سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی، منابع فناوری و نوآوری تعریف می‌کنند. (نتسورا و لیانیج^۴، ۲۰۲۲) اقتصاد دانش‌بنیان حاصل فراگیر شدن دانش در سطح جهان و ارتباط نزدیک آن با توسعه می‌باشد. این شکل از سرمایه به قدری مهم است که شکاف دانش بین کشورهای درحال توسعه و

¹ Kharel&etal

² Riege

³ Schenk et al

⁴ Netswera& Liyanage

کشورهای پیشرفته مهم‌تر از شکاف سرمایه فیزیکی نباشد به یقین کمتر نخواهد بود (ورهرامی، ۱۳۹۵) اقتصاد دانش‌بنیان در شرایطی که کاهش سرمایه‌گذاری در اقتصاد کشور از یک سو و بهره‌وری پایین و گرایش به تعدیل نیروی انسانی در سازمان‌ها از سوی دیگر، بیکاری را به معضل بزرگ اقتصادی و اجتماعی این زمان بدل کرده است، می‌تواند کمک‌کننده باشد. (موسوی و همکاران، ۲۰۲۰)

ذهنیت کارآفرینانه: از زمانی که محققان در حوزه کارآفرینی شروع به کاوش در زمینه ذهنیت کارآفرینی کردند، آن‌ها را مجذوب این سؤال کرد که چرا برخی افراد فرصت‌ها را شناسایی می‌کنند و برخی دیگر نه. و با انجام این کار، چگونه آن‌ها می‌توانند با توجه به محیط‌های پویا و پیچیده، منابع موجود و جدید را به روشی نوآورانه به کار گیرند و ترکیب کنند. رویکرد پاسخ به این سؤالات به‌طور قابل توجهی در طول زمان تغییر کرد و از دو دیدگاه بسیار متفاوت بود. اولین رویکرد مبتنی بر ویژگی‌های شخصی کارآفرین بود، با این فرض که باید «ویژگی‌های» ویژه‌ای وجود داشته باشد که توانایی شناسایی و کشف فرصت‌های جدید را توضیح دهد. با این حال، تحقیقات در مورد این ویژگی‌ها منجر به نتایج غیرقابل قبول و ضعیفی می‌شود (بوسنیتز و بارنی، ۱۹۹۷؛ گارتز، ۱۹۸۹؛ میچل، ۲۰۰۷؛ شیور و اسکات، ۱۹۹۱) و محققان استدلال می‌کنند که مشکل تحقیق باید از زاویه دیگری مورد بررسی قرار گیرد. مبتنی بر شناخت است و کارآفرینی را به‌عنوان یک روش تفکر تصریح می‌کند (پالیچ و باگی، ۱۹۹۵) طبق نظر ایرلند، هیت و سیرمون^۱ (۲۰۰۳)، ذهنیت کارآفرینی از چهار جزء تشکیل شده است که عبارت‌اند از: ۱) شناخت فرصت‌های کارآفرینی، ۲) هوشیاری کارآفرینانه، ۳) منطق گزینه‌های واقعی، و ۴) چارچوب کارآفرینی. بنابراین، کارآفرینان با ویژگی‌های خاص "متولد" نمی‌شوند. این طرز فکر کارآفرینی (EM) آن‌ها است که آن‌ها را متفاوت می‌کند. با این حال، ذهنیت‌ها داده نمی‌شوند، آن‌ها در طول زمان تکامل می‌یابند و تحت تأثیر تعامل فرد با محیط قرار می‌گیرند (ماتیسن و آرنولف^۲، ۲۰۱۳؛ ناومان^۱، ۲۰۱۷) EM برای رفتار کارآفرینانه اهمیت

¹ Ireland, Hitt, and Sirmon

² Mathisen & Arnulf

دارد. با این حال، تا به امروز، مفهوم‌سازی‌های EM پراکنده باقی مانده‌اند، و تئوری‌هایی که رابطه بین EM و رفتارهای زیربنای کارآفرینی را مشخص می‌کنند، محدود هستند. EM به‌عنوان یک جهت‌گیری هدفی که از طریق باورهای گرایشی در مورد کارآفرینی و باورهای فرصت شکل گرفته است، که منجر به رفتارهای کارآفرینانه می‌شود، مفهوم‌سازی می‌شود. (پیدوک و همکاران^۱، ۲۰۲۳) ذهنیت کارآفرینی از دو جهت غالب تشکیل شده است، یکی به سمت یافتن و انتخاب راه‌حل‌های بالقوه، دیگری متمرکز بر اجرا و اجرای این راه‌حل‌ها. کارآفرینان بین این دو جهت می‌چرخند تا در مورد فرصت نوپای خود بیاموزند و به پیشبرد آن ادامه دهند. (لانچ و کوربت^۳، ۲۰۲۳)

در ذیل به برخی از مطالعاتی که در زمینه مدیریت دانش در اقتصاد دانش‌بنیان با رویکرد ذهنیت کارآفرینانه انجام شده است اشاره می‌شود:

صدرزاده و بیات (۱۴۰۰) بیان کردند که مدیریت دانش در اقتصاد دانش‌بنیان عبارت است از تصمیم‌گیری آگاهانه و نظام‌مند درباره استفاده بهتر از دانش به‌منظور بهبود وضعیت کارایی در سطح کشور. در یک اقتصاد برای اشاعه دانش باید هزینه‌های تولید دانش و زمان لازم برای ابداع و نوآوری کاهش یابد، بنابراین سازمان باید در مراحل مختلف دانش یعنی کسب، خلق، انتشار و استفاده از دانش، هدایت کلی جامعه را به‌سوی اقتصاد دانش‌بنیان عهده‌دار شود. آق‌قلعه و سلیمان‌پور (۱۳۹۷) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که با ارتقا سطوح مدیریت دانش می‌توان کارآفرینی را افزایش داد. کمالی و همکاران (۱۳۹۶) نشان دادند تقویت تعامل بین مؤلفه‌های مدیریت دانش و نوآوری سازمانی می‌تواند کارآفرینی سازمانی را افزایش داده و بستری در جهت بهبود فرهنگ کارآفرینانه در این سازمان را فراهم نماید. مدیریت دانش می‌تواند نقش حیاتی را در پشتیبانی و ایجاد کارآفرینی سازمان ایفا کند هر یک از فرایندهای مدیریت دانش می‌تواند نقش اساسی در تولید، ایده کشف فرصت امکان‌سنجی ایده و نوآوری سازمانی

¹ Naumann

² Pidduck&etal

³ Lynch&etal

ایفا کنند ایجاد و کسب دانش جدید با دانش موجود می‌تواند ذخیره دانش سازمانی را تغییر دهد و مقدار کمی و کیفی دانش موجود را به‌منظور ایجاد ایده و نوآوری افزایش دهد. هنگامی‌که افراد سازمانی دانش را بین خود تسهیم می‌کنند، آن‌ها می‌توانند یادگیری جمعی و مزایای هم‌افزایی را افزایش دهند تا از این راه فرصت‌های محیطی را شناسایی کرده و برای ارائه محصولات و خدمات‌های جدید ایده پردازی کنند. کشمیری و یاری (۱۴۰۱) دریافتند که بر اساس مطالعات انجام شده توسط محققان استفاده از مدیریت دانش باعث کارآفرینی در سازمان شده و بهره‌وری و کارایی آن را افزایش می‌دهد، هم‌چنین استفاده از مدیریت دانش و تجزیه و تحلیل آن‌ها به سازمان‌ها کمک می‌کنند تا هزینه‌ها را کاهش دهند. آنچه راغفر و همکاران در سال ۱۳۹۷ به آن رسیده این است که از دیرباز همواره کشورهای جهان به دنبال یافتن راهی برای رسیدن به رشد و توسعه‌ی اقتصادی بوده‌اند. در این میان کشورهای منبع‌محور برای پوشش دادن شکاف توسعه‌ای خود با کشورهای نوآوری‌محور، راهی جز اتکا به اقتصاد دانش‌بنیان ندارند؛ به‌بیان‌دیگر اقتصاد دانش‌بنیان با بسترسازی برای بسط و گسترش عوامل جدید تولید به‌ویژه کارآفرینی قدرت رقابت‌پذیری کشورها را افزایش و منجر به رشد و توسعه‌ی اقتصادی آن‌ها می‌شود. رئیسی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهش خود مطرح کردند که قابلیت‌های مدیریت دانش نظیر خلق دانش، ذخیره و نگهداری دانش، انتقال و به‌کارگیری دانش می‌توان تا حد زیادی به‌سوی کارآفرینی حرکت کرد. مدیریت دانش با ایجاد توسعه و ترویج دانش و تمرکز بر دارایی‌های غیر فیزیکی سازمان شرایطی را برای بروز رفتار کارآفرینانه فراهم می‌نماید و باعث به وجود آمدن سازمان کارآفرین می‌شود که مجموعه این اقدامات تأثیر مستقیم بر روی رشد و توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی دارد. نرماشیری ۱۳۹۵ در پژوهش خود بیان کرد که شرکت‌های دارای ذهنیت کارآفرینانه، سطوح بالایی از رفتارهای خلاقانه، اثرگذار و خطرپذیر را از خود بروز می‌دهند. آن‌ها مؤسساتی هستند که این توانایی را دارند تا محیط نامطمئن را به نفع خودشان تغییر دهند تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه، یک فعالیت کلیدی تولید رشد و

ثروت بوده و پیامد مشترک یک ذهنیت کارآفرینانه است که در فرایند کارآفرینی سازمانی شرکت‌های دانش‌بنیان، نقش دارد. طالبی و بهنامی در سال ۱۳۹۳ به این نتیجه رسیدند که تأثیر مثبت و معنادار ذهنیت کارآفرینانه و هر یک از ابعاد آن بر رشد کسب‌وکارهای دانش‌بنیان و فناورمحور وجود دارد.

آنچه دووی و همکاران^۱ (۲۰۲۰) به آن رسیدند این است که دانش کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینی تأثیر دارد. تأثیر حیاتی آموزش کارآفرینی بر ذهنیت کارآفرینی کمک به فرد برای تمرکز بر مسیر شغلی صحیح است. یک سرمایه‌گذاری بلندمدت پیش‌بینی شده که از دانش کارآفرینی ناشی می‌شود، انگیزه جهان‌بینی کارآفرینانه است که در زندگی شخصی، اجتماعی و حرفه‌ای فرد نفوذ می‌کند. همچنین هاینی و همکاران^۲ (۲۰۱۰) بر رابطه قوی ذهنیت کارآفرینی با استدلال عملی، دانش کارآفرینی و شایستگی فردی برای به دست آوردن منابع ارزشمند برای موفقیت کسب‌وکار تأکید می‌کند. دانش کارآفرینی درک درستی از کارآفرینی را پوشش می‌دهد. به‌عنوان مثال، فروش، مذاکره، توسعه محصول و ارزیابی ریسک. شهزاد و همکاران^۳ (۲۰۲۳) در پژوهش بررسی رابطه کارآفرینی با بحث مدیریت دانش به این نتیجه رسیدند که مدیریت دانش تا حدی رابطه بین گرایش کارآفرینی و GI‌های بهره‌برداری و اکتشافی را واسطه می‌کند. نتایج میانجی‌گری تعدیل‌شده نشان می‌دهد که نقش میانجی مدیریت دانش در جهت‌گیری کارآفرینی و GI‌های دوسویه زمانی قوی‌تر است که قابلیت هماهنگ‌سازی منابع بالا باشد. این یافته‌ها زیربنای نظری کارآفرینی را عمیق‌تر می‌کند، بینشی در مورد چگونگی تقویت نوآوری در شرکت‌ها ارائه می‌دهد و به پیشرفت حوزه تحقیقات کارآفرینی کمک می‌کند. سکاندو و همکاران^۴ (۲۰۱۵) بیان کردند که توسعه منطقه‌ای در اقتصاد دانش‌محور تنها با ایجاد دانش جدید تعیین نمی‌شود، بلکه با توانایی و تمایل برای تبدیل این دانش به محصولات و فرآیندهای جدید که ارزش اقتصادی و اجتماعی ایجاد

¹ Dewi&etal

² Haynie et al

³ Shezad&etal

⁴ Secundo&etal

می‌کند، تعیین می‌شود. بهبود این ذهنیت کارآفرینی در سرمایه انسانی به یکی از مهم‌ترین چالش‌های افزایش نوآوری، بهره‌وری و رشد منطقه‌ای تبدیل شده است. ساپتونو و همکاران^۱ (۲۰۲۰) بیان کردند که آموزش کارآفرینی نقش اساسی در تعیین دانش و ذهنیت کارآفرینانه دارد که منجر به آمادگی کارآفرینی می‌شود. این یافته همچنین تأیید کرد که دانش کارآفرینی به‌طور مثبت بر ذهنیت کارآفرینی، آمادگی کارآفرینی تأثیر می‌گذارد و آخرین یافته این است که ذهنیت کارآفرینی بر آمادگی کارآفرینی تأثیر مثبت می‌گذارد. هاسن^۲ (۲۰۲۲) در پژوهش خود تأکید کرد که مفهوم «اقتصاد مبتنی بر دانش» به وابستگی فزاینده کشورهای صنعتی به دانش، نیروی کار ماهر و نوآوری اشاره دارد. بسیاری از دیدگاه‌ها معتقدند که فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT)، نوآوری، تحقیق و توسعه (R&D)، آموزش، کارآفرینی، و چارچوب اقتصادی و نهادی، ستون‌ها و محرک‌های مهم اقتصاد دانش‌محور هستند. ارکان درهم‌تنیده هستند و ایجاد یک اقتصاد دانش‌مستحکم مستلزم عملکرد بالا در هر یک از آن‌ها است. کارآفرینی و داشتن ذهنیت درست نسبت به آن به سرعت به‌عنوان یک جزء حیاتی در توسعه اقتصادی، ایجاد شغل و رقابت پذیرفته می‌شود. (شین و ونکاتارامن^۳، ۲۰۰۰). بکر و همکاران^۴ (۲۰۲۲) بیان کردند که اکثر مدیران خط اول هم در جهت‌گیری کارآفرینی و هم در مدیریت دانش سطح پایینی داشتند. بین گرایش کارآفرینی و فرآیند مدیریت دانش ارتباط معناداری وجود داشت. پیلای و برنارد^۵ (۲۰۲۲) رابطه بین دانش و کارآفرینی و همچنین رابطه بین دانش، خلاقیت و نوآوری را توضیح می‌دهد و بیان می‌کنند که کارآفرینان به‌طور گسترده از تحقیقات علمی استفاده می‌کنند، به‌ویژه برای گسترش پایگاه‌های دانش خود. مشابه دانش، کارآفرینان هم تحقیقات علمی را تحت فشار قرار می‌دهند و هم آن را به پیش می‌برند. کارآفرینان همچنین ممکن است به دنبال یافتن درخواستی برای تحقیقات علمی

¹ Saptono&etal

² Hassen

³ Shane & Venkataraman

⁴ Bakr&etal

⁵ Pillay, D., & Barnard, B

به‌عنوان خروجی باشند. بر این اساس، زمینه محلی در درک کارآفرینی بسیار مهم است، زیرا این یک پدیده اجتماعی است که از یک تلاش مشترک سازمانی ناشی می‌شود (تورنتون و همکاران^۱، ۲۰۱۱)

روش‌شناسی

پژوهش حاضر از نوع توصیفی-همبستگی می‌باشد. جامعه پژوهش حاضر ۹۳ نفر از مدیران شرکت مترو می‌باشد. انتخاب خبرگی براساس داشتن مدرک فوق‌لیسانس و افرادی که در حوزه مدیریت دانش فعالیت داشته‌اند، بود. برای نمونه‌گیری از روش تصادفی ساده که زیرمجموعه‌ای از نمونه‌گیری احتمالی است، استفاده گردید. که براساس فرمول کوکران ۷۳ پرسشنامه توزیع گردید. مجموع سؤالات پرسشنامه ۳۹ سؤال بود. بخش اول پرسشنامه داده‌های جمعیت‌شناختی و در بخش دوم به‌منظور سنجش متغیر مدیریت دانش از پرسشنامه استاندارد مدیریت دانش گابریل و همکاران (۲۰۱۵)، برای سنجش متغیر ذهنیت کارآفرینانه از پرسشنامه استاندارد چپو و همکاران (۲۰۲۱) و برای سنجش متغیر اقتصاد دانش‌بنیان از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد و روایی و پایایی آن از منظر ۲۰ نفر از اساتید دانشگاه‌های مختلف کشور بررسی شده است. برای سنجش روایی از نسبت روایی محتوایی (CVR) استفاده گردید و مقدار هر گویه بالای ۰.۴۲ بود و برای سنجش پایایی نیز آلفای کرونباخ محاسبه شد. آلفای کرونباخ کلی پرسشنامه ۰/۸۱۲ محاسبه شد. ابزار تجزیه و تحلیل داده‌ها نرم‌افزارهای اس پی اس و ویرایش ۲۲^۲ و اسمارت پی ال اس ویرایش ۳^۳، روش تجزیه و تحلیل آن‌ها الگوسازی معادلات ساختاری است.

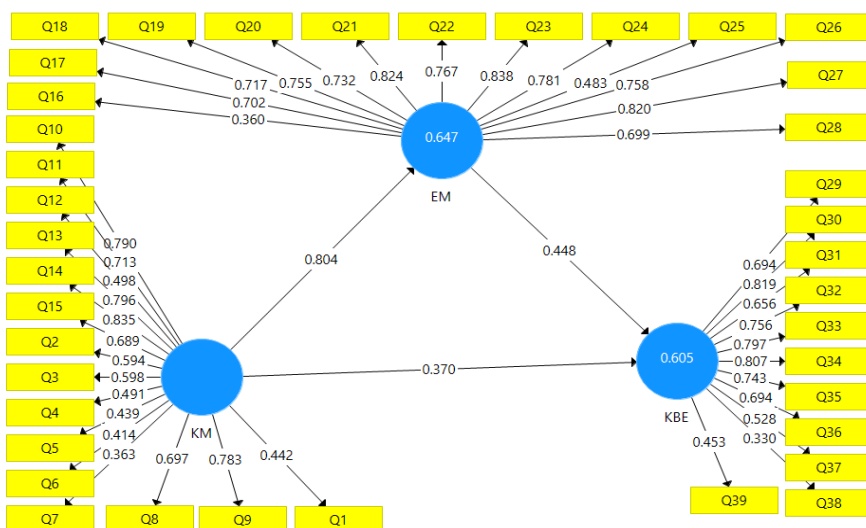
یافته‌های پژوهش

^۱Thornton&etal

^۱ Spss 22

^۲ Smart Pls 3

جهت آزمون فرضیات تحقیق از معادلات ساختاری با نرم‌افزار pls انجام شد در ابتدا بررسی روایی مدل در دو مرحله انجام شد بررسی برازش الگوی اندازه‌گیری و سنجش بار عاملی. مقدار ملاک برای مناسب بودن ضرایب بارهای عاملی $0/3$ می‌باشد. در شکل زیر تمامی اعداد مربوط به ضرایب بارهای عاملی سؤالات از $0/3$ بیشتر است که نشان از مناسب بودن این معیار دارد.



شکل ۱: مدل آزمون شده پژوهش (ضریب مسیر)

جدول ۱: معیار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی روایی همگرا متغیرهای پنهان پژوهش

| متغیر | نماد | آلفای کرونباخ | پایایی ترکیبی | میانگین استخراجی | واریانس |
|-------------------|------|---------------|---------------|------------------|---------|
| مدیریت دانش | KM | ۰/۸۵۶ | ۰/۸۸۲ | ۰/۶۶۵ | |
| اقتصاد دانش‌بنیان | KBE | ۰/۸۶۱ | ۰/۸۸۸ | ۰/۵۴۴ | |
| ذهنیت کارآفرینانه | EM | ۰/۸۹۴ | ۰/۹۱۸ | ۰/۵۱۰ | |

با توجه به اینکه مقدار مناسب برای آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی $0/7$ است می‌توان مناسب بودن وضعیت پایایی پژوهش را تأیید نمود. در ادامه برای تعیین برازش الگوی اندازه‌گیری از دو معیار روایی همگرا و روایی واگرایی مدل استفاده شد. با توجه

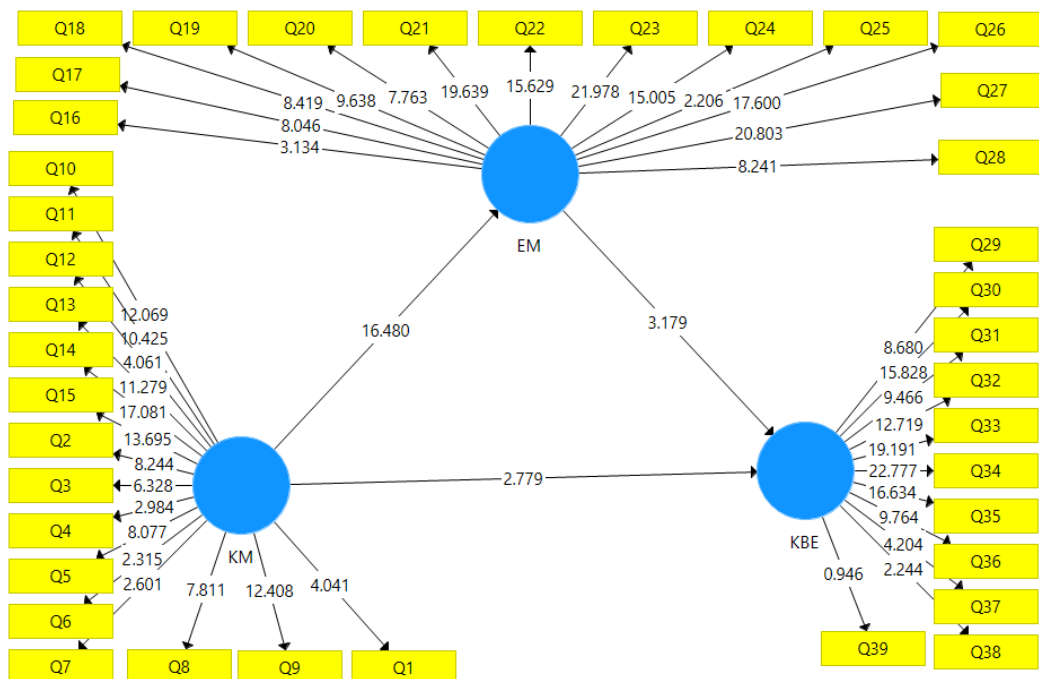
به اینکه مقدار مناسب برای AVE برابر ۰/۵ است در نتیجه مناسب بودن روایی همگرای پژوهش تأیید شد.

جدول ۳: ماتریس مقایسه جذر AVE و ضرایب همبستگی شاخص‌ها

| متغیر | مدیریت دانش | اقتصاد دانش بنیان | ذهنیت کارآفرینانه |
|-------------------|-------------|-------------------|-------------------|
| مدیریت دانش | ۰/۸۱۵ | | |
| اقتصاد دانش بنیان | ۰/۷۳۱ | ۰/۷۳۷ | |
| ذهنیت کارآفرینانه | ۰/۷۰۴ | ۰/۶۹۸ | ۰/۷۱۴ |

برای بررسی میزان همبستگی شاخص‌های مدل با متغیرهای آن از جذر میانگین واریانس استخراج شده (AVE) و مقدار همبستگی این متغیرها باهم استفاده می‌کنیم. همان‌گونه که در جدول ۵ برگرفته از روش فورنل و لارکر مشخص می‌باشد، مقدار جذر میانگین واریانس استخراج شده متغیرهای مکنون در پژوهش حاضر که در خانه‌های موجود در قطر اصلی ماتریس قرار گرفته‌اند از مقدار همبستگی میان آن‌ها که در خانه‌های زیرین و راست قطر اصلی ترتیب داده شده‌اند، بیشتر است. از این رو می‌توان اظهار داشت که در پژوهش حاضر، تغییرهای مکنون در مدل، تعامل بیشتری با شاخص‌های خود دارند. به بیان دیگر، روایی و اگرایی مدل در حد مناسبی است.

برای بررسی برازش مدل ساختاری چهار معیار به کار می‌روند که عبارت‌اند از: ضرایب معناداری Z، مقادیر Square R، معیار اندازه تأثیر (F2)، معیار افزونگی و در نهایت معیار Q. با توجه به شکل زیر برازش مدل ساختاری با استفاده از ضرایب Z به این صورت است که ضرایب باید از ۱/۹۶ بیشتر باشند تا بتوان در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار بودن آن‌ها را تأیید نمود که کلیه ضرایب بیشتر از ۱/۹۶ هستند.



شکل ۲: مدل آزمون شده پژوهش (آماره تی)

جدول ۴: معیار R^2 و Q^2 برای سازه‌های درون‌زا

| متغیرها | R^2 | SSO | SSE | 1- SSE/SSO= Q^2 |
|-------------------|-------|---------|--------|-------------------|
| اقتصاد دانش‌بنیان | ۰/۶۰۵ | ۱۲۵/۲۹۳ | ۷۷/۴۱۹ | ۰/۳۸۲ |
| ذهنیت کارآفرینانه | ۰/۶۴۷ | ۱۴۱/۲۴۱ | ۷۲/۵۳۷ | ۰/۴۸۶ |

دومین معیار برای بررسی برازش مدل ساختاری در این پژوهش ضرایب R مربوط به متغیرهای پنهان درون‌زای (وابسته) مدل است. و سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳، و ۰/۶۷ به‌عنوان مقدار مالک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R در نظر گرفته می‌شود. در مورد معیار Q که در مورد شدت قدرت پیش‌بینی مدل در مورد سازه‌های درون‌زا سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵، و ۰/۳۵ را که به ترتیب مقادیر ضعیف، متوسط و قوی قدرت پیش‌بینی مدل در مورد سازه‌های درون‌زا را نشان می‌دهد.

جدول ۶: آزمون اندازه اثر

| متغیرها | $R^2_{included}$ | $R^2_{excluded}$ | F^2 |
|---------------------------------------|------------------|------------------|-------|
| اقتصاد دانش بنیان - مدیریت دانش | ۰/۶۰۵ | ۰/۵۵۲ | ۰/۱۳۴ |
| اقتصاد دانش بنیان - ذهنیت کارآفرینانه | ۰/۶۴۷ | ۰/۶۰۲ | ۰/۱۲۷ |

جدول ۷: معیار افزونگی متغیرهای درونزا

| متغیرهای پژوهش | R2 | Communality | Redundancy (CV Red) |
|-------------------|-------|-------------|---------------------|
| اقتصاد دانش بنیان | ۰/۶۰۵ | ۰/۵۴۴ | ۰/۳۲۹ |
| ذهنیت کارآفرینانه | ۰/۶۴۷ | ۰/۵۱۰ | ۰/۳۳۱ |

معیار افزونگی سنجش کیفیت مدل ساختاری برای هر متغیر درونزا با توجه به مدل اندازه گیری می کند، هر چه مقدار معیار افزونگی بیشتر باشد، نشان از برازش مناسب تر بخش ساختاری مدل در یک پژوهش دارد. و در نهایت متغیر اقتصاد دانش بنیان از متغیرهای برونزای مدیریت دانش و ذهنیت کارآفرینانه تأثیر می پذیرد که همین امر اجازه محاسبه معیار اندازه تأثیر را می دهد. کوهن سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵، و ۰/۳۵ را به ترتیب نشان از اندازه تأثیر ضعیف، متوسط و بزرگ یک سازه بر سازه دیگر معرفی نموده است.

جدول ۷: برازش مدل کلی

| متغیرها | R^2 | Communalities |
|-------------------|-------|---------------|
| مدیریت دانش | - | ۰/۶۶۵ |
| اقتصاد دانش بنیان | ۰/۶۰۵ | ۰/۵۴۴ |
| ذهنیت کارآفرینانه | ۰/۶۴۷ | ۰/۵۱۰ |
| میانگین | ۰/۶۲۶ | ۰/۵۷۳ |
| GOF | | ۰/۵۹۸ |

برای بررسی مدل کلی پژوهش از معیار نیکویی برازش GOF استفاده می شود برای این شاخص برازش مقدار ۰/۰۱ و ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی معرفی شده است. با توجه به اینکه مقدار به دست آمده شاخص نیکویی برازش ۰/۵۹۸ (بیشتر از ۰/۳۶) می باشد، می توان گفت مدل از برازش قوی برخوردار می باشد.

آزمون فرضیه‌های پژوهش

مقادیر t -values از ۱.۹۶ بالاتر بوده و می‌توان با اطمینان ۹۵ درصد معنادار بودن مسیرهای مدل را تأیید کرد. برای تعیین شدت اثر غیرمستقیم از طریق متغیر میانجی از آماره‌ای به نام VAF استفاده شد که مقداری بین ۰ و ۱ را اختیار می‌کند و هرچه این مقدار به ۱ نزدیک‌تر باشد، نشان از قوی‌تر بودن تأثیر متغیر میانجی دارد. برای محاسبه مقدار T-Value از آزمون سوبل استفاده شده است. اگر مقدار آماره آزمون به دست آمده از مقدار ۱.۹۶ بیشتر باشد نشان‌دهنده این است که فرض صفر (مبنی بر این‌که متغیر میانجی نقشی در میان رابطه متغیر مستقل و وابسته دارد)، در سطح خطای ۰.۰۵ رد شده و تأثیر میانجی در این رابطه معنی‌دار است.

جدول ۸: نتایج آزمون فرضیه‌ها

| فرضیه | متغیر مستقل | تأثیر | متغیر وابسته | ضریب | آماره T | نتیجه |
|----------------|-------------------|-------|----------------------------------|-------|---------|-------|
| H ₁ | مدیریت دانش | ← | اقتصاد دانش‌بنیان | ۰/۳۷۰ | ۲/۷۷۹ | پذیرش |
| H ₂ | مدیریت دانش | ← | ذهنیت کارآفرینانه | ۰/۸۰۴ | ۱۶/۴۸۰ | پذیرش |
| H ₃ | ذهنیت کارآفرینانه | ← | اقتصاد دانش‌بنیان | ۰/۴۴۸ | ۳/۱۷۹ | پذیرش |
| H ₄ | مدیریت دانش | ← | اقتصاد دانش‌بنیان کارآفرینانه | ۰/۳۶۰ | ۳/۰۸۴ | پذیرش |

نتیجه‌گیری

هدف از این پژوهش بررسی نقش مدیریت دانش بر اقتصاد دانش‌بنیان با در نظر گرفتن اهمیت ذهنیت کارآفرینانه در صنعت مترو می‌باشد آنچه برداشت می‌شود این است که در بحث در مورد نقش ذهنیت کارآفرینانه به‌عنوان یک عامل کلیدی نوآوری، سیاست‌گذاران باید بر فرآیندهایی تمرکز کنند که هدف آن‌ها ایجاد سرمایه انسانی کارآفرین برای حفظ بهره‌برداری از دانش و ترجمه نوآوری توسعه‌یافته شرکت‌های

دانش‌بنیان است. بر این اساس، نقش راهبردی مدیریت دانش که به‌عنوان مزیت نسبی سیستم‌های منطقه‌ای در نظر گرفته می‌شوند، نشان داده می‌شود. زیرا تأثیر عمده‌ای که مدیریت دانش بر اقتصاد دانش‌بنیان می‌گذارد از نظر ایجاد سرمایه انسانی جوان با ذهنیت کارآفرینی شناسایی می‌شود. با این حال، ایجاد چنین ذهنیت و شایستگی مستلزم آن است که سیستم‌های منطقه‌ای فرآیندهای مدیریت دانش را در یادگیری خود فعال کنند. برنامه‌های آموزش رسمی، پروژه‌های تحقیقاتی و طرح‌های تجاری برای ایجاد ذهنیت کارآفرینی در افراد هنوز در مراحل ابتدایی خود هستند.

یکی از اساسی‌ترین زیرساخت‌های اقتصاد دانش‌بنیان و پیش‌نیاز تحقق استراتژی شرکت‌های دانش‌بنیان، سرمایه‌ی انسانی خلاق، نوآور و دانشی است که با توجه به ترکیب جمعیتی کشور ایران و جمعیت بالای جوانان تحصیل‌کرده و نیروی انسانی به‌عنوان بزرگ‌ترین و باارزش‌ترین سرمایه‌ی کشور، باید موردتوجه قرار گیرد. ذهنیت کارآفرینانه شرکت‌ها را در حالت هشدار نگه می‌دارد. این یک رویکرد تصمیم‌گیری است که بر مبنای مهارت‌ها و قابلیت‌های کارآفرینی ترسیم می‌گردد. ذهنیت کارآفرینانه، پدیده‌ای فردگرایانه و نیز جمعی است. آنچه هم برای کارآفرینان فردی و هم برای مدیران و کارمندان یک شرکت تأسیس شده اهمیت دارد، بهره‌مندی از ذهنیت کارآفرینانه است تا هم کارآفرینانه تفکر و هم کارآفرینانه عمل کنند.

با این وجود، می‌توان فرضیه اول را مطرح کرد که مدیریت دانش ایجاد شده در افراد می‌تواند امکان ایجاد اقتصاد دانش‌بنیان را فراهم کند تا به رشد منطقه‌ای کمک کند. ذهنیت یاددهی و یادگیری نه تنها بر یادگیری در مورد کارآفرینی و یادگیری برای کارآفرینی متمرکز است، بلکه شامل داشتن فرصتی برای تجربه فرآیند کارآفرینی خارج از جامعه محیط آموزش است. آموزش با تأکید بر اقدام کارآفرینانه واقعی نیازمند زمینه‌ای است که در آن این اقدام قابل تحقق باشد. وجود دانش و تجربه در ارائه خدمات رقابتی جایی است که اقتصاد دانش‌بنیان از اهمیت برخوردار می‌شود. و این اقتصاد براساس کاربرد دانش و اطلاعات شکل گرفته است و سرمایه‌گذاری در دانش و صنایع دانش‌پایه

موردتوجه خاص قرار می‌گیرند. در پژوهش‌های پیشین می‌توان دید که صدرزاده و بیات (۱۴۰۰)؛ راغفر و همکاران (۱۳۹۷) بیان کردند که در یک اقتصاد برای اشاعه دانش باید هزینه‌های تولید دانش و زمان لازم برای ابداع و نوآوری کاهش یابد، بنابراین سازمان باید در مراحل مختلف دانش هدایت کلی جامعه را به‌سوی اقتصاد دانش‌بنیان عهده‌دار شود. بنابراین کشورهای منبع‌محور برای پوشش دادن شکاف توسعه‌ای خود با کشورهای نوآوری‌محور، راهی جز اتکا به اقتصاد دانش‌بنیان ندارند. همچنان که کیم در سال ۲۰۱۹ و کارستنسن و ایمنجر ۲۰۲۳ بیان کرد که دانش شکل اساسی سرمایه است و رشد اقتصادی با انباشت دانش انجام می‌شود. اقتصاد جدید - اقتصاد دانش - مستلزم اشکال جدیدی از اندازه‌گیری دارایی‌های یک شرکت است، با در نظر گرفتن اینکه منافع آتی اساساً از سرمایه‌گذاری دارایی‌های نامشهود مانند دانش حاصل می‌شود.

اجرای راهکارهای مدیریت دانش و تبدیل شدن به یک سازمان دانش‌بنیان و یادگیرنده یک شرط الزامی برای موفقیت سازمان‌هایی که قصد تبدیل شدن به یک سازمان دانش‌بنیان را دارند. در اقتصاد دانش‌بنیان، مهم‌ترین نقش برای مدیریت دانش بوده و تحقق اقتصاد دانش‌بنیان نیاز به فعالیت‌های دانش‌بنیان دارد و بدون توجه به مفاهیم مدیریت دانش به اقتصاد دانش‌بنیان نمی‌توان رسید. راه‌گذار از اقتصاد سنتی به اقتصاد پایدار در محیط رقابتی و پرتلاطم امروزی مبتنی بر مدیریت دانش می‌باشد و این مهم‌ترین رمز موفقیت در توسعه اقتصادی است.

در فرضیه دوم به نقش مدیریت دانش در ذهنیت کارآفرینی پرداخته شد از نظر کارآفرینی، نقش دانش بسیار فراتر از ارائه ذهنیت کارآفرینانه است و شامل مشارکت در اکوسیستم‌ها و اتحادهای صنعتی و در نتیجه کمک به توسعه اقتصادی و اجتماعی می‌شود. سازمان با سوق دادن کارکنان به سمت کارکنان دانش‌مدار می‌تواند بر توسعه‌ی منابع انسانی دانش‌محور منجر و به پرورش کارکنان دانش‌مدار سوق پیدا کند. درواقع به‌منظور تبدیل کارکنان سازمان به کارآفرینان بایستی به توانمندسازی و پرورش منابع

انسانی بر محور دانش تأکید شود. قطعاً اگر کارکنان بتوانند دانش خود را ارتقا دهند بر پایه این دانش می‌توانند به کارآفرینی بپردازند.

چنانچه کارکنان برخوردار از تجربه و دانش از طریق شبکه‌سازی و به‌درستی هدایت شوند، حاصل آن تحول و تعالی در سازمان خواهد بود و دیری نخواهد پایید که سازمان گوی سبقت را از دیگر سازمان‌ها خواهد ربود. کارکنان دانشی به‌واسطه تخصص و تجارب و اندوخته‌ها و خبرگی خاصشان قابل‌اعتماد بوده و بایستی زمینه برای انجام فعالیت و ارائه ایده‌هایشان فراهم شود. همان‌طور که در پژوهش‌های گذشته مشاهده شده است. نتایج تحقیقات (الرهیل^۱، ۲۰۱۸؛ کوییکوا و همکاران^۲، ۲۰۱۹؛ رازاک و همکاران، ۲۰۱۶؛ ابراهیم و هنگ، ۲۰۱۵) ارتباط بین کارآفرینی، اشتراک دانش و نوآوری را نشان داد.

در فرضیه سوم به دنبال نقش ذهنیت کارآفرینانه در اقتصاد دانش بنیان بودیم. ذهنیت کارآفرینانه به دنبال فرصت‌های جدید می‌باشد که به‌نوعی هوشیاری کارآفرینانه را در برمی‌گیرد. زمانی که افراد این فرصت‌ها را دنبال می‌کنند و به تعقیب بهترین فرصت از بین تمامی فرصت‌ها می‌باشند یک گام از هوشیاری فراتر رفته و وارد عمل می‌شود در گام بعد توانایی نه تنها عمل، بلکه برای انجام آن فرصت است و در آخر ایده مشارکت را در برمی‌گیرد زیرا فرد از روابط برای جمع‌آوری منابع استفاده می‌کند و دانش، مهارت‌ها و توانایی‌های اطرافیان خود را به کار می‌گیرد. همان‌طور که در پژوهش‌های گذشته مشاهده شده است از دیرباز همواره کشورهای جهان به دنبال یافتن راهی برای رسیدن به رشد و توسعه‌ی اقتصادی بوده‌اند. به‌بیان‌دیگر اقتصاد دانش بنیان با بسترسازی برای بسط و گسترش عوامل جدید تولید به‌ویژه کارآفرینی قدرت رقابت‌پذیری کشورها را افزایش و منجر به رشد و توسعه‌ی اقتصادی آن‌ها می‌شود. (راغفر و همکاران، ۱۳۹۷) از انی رو سکاندو و همکاران (۲۰۱۵) بیان کردند که توسعه منطقه‌ای در اقتصاد دانش محور تنها با ایجاد دانش جدید تعیین نمی‌شود، بلکه با توانایی

¹ Elrahil

² Kubíčková&etal

و تمایل برای تبدیل این دانش به محصولات و فرآیندهای جدید که ارزش اقتصادی و اجتماعی ایجاد می‌کند، تعیین می‌شود. بهبود این ذهنیت کارآفرینی در سرمایه انسانی به یکی از مهم‌ترین چالش‌های افزایش نوآوری، بهره‌وری و رشد منطقه‌ای تبدیل شده است. هاسن (۲۰۲۲) در پژوهش خود تأکید کرد که بسیاری از دیدگاه‌ها معتقدند که کارآفرینی ستون و محرک مهم اقتصاد دانش‌محور هستند. کارآفرینی و داشتن ذهنیت درست نسبت به آن به سرعت به‌عنوان یک جزء حیاتی در توسعه اقتصادی، ایجاد شغل و رقابت پذیرفته می‌شود.

در آخر نقش میانجی ذهنیت کارآفرینانه در ارتباط بین مدیریت دانش و اقتصاد دانش‌بنیان است که در یک سازمان، دانش ممکن است در طول زمان از طریق شیوه‌های مدیریت دانش مؤثر توسعه یابد. این شیوه‌ها شامل ایجاد دانش، ذخیره/بازیابی دانش، انتقال دانش و کاربرد دانش می‌باشد. با توجه به ادبیات بررسی شده، منطقی است که پیشنهاد کنیم که هر یک از این مؤلفه‌ها باید با ایجاد امکان تولید، کسب، اشتراک و استفاده از دانش، که می‌تواند ایده‌های بدیع و مدبرانه را برانگیزد، بر سطح خلاقیت فردی تأثیر بگذارد. رابطه بین مدیریت دانش و خلاقیت، باید توسط ذهنیت کارآفرینی فرد تقویت شود که تعیین می‌کند او چگونه به دنبال، شناسایی، تعقیب و بهره‌برداری از فرصت‌ها برای خلاقیت است. پینا و کونها^۱ (۲۰۰۷) به امکان توسعه دانش عمیق در طول سال‌ها و تمایل به اکتشافات اشاره می‌کند. باین‌حال، مدیریت دانش مؤثر می‌تواند ابزاری برای توسعه دانش باشد و ممکن است فرصت‌هایی را برای اکتشافات جدید فراهم کند و همچنین در سطح خلاقیت یک فرد نقش داشته باشد. با این وجود، ذهنیت کارآفرینی با اجازه دادن به فرد برای پیش‌بینی، شناسایی و استفاده از این فرصت‌ها در صورت بروز، بیشتر آماده می‌شود. با توجه به موارد فوق، منطقی است استنباط کنیم که کارآفرینی، اقتصاد دانش را افزایش داده است. حقایق تلطیف شده با کیم (۱۹۹۷) و کیم و کیم (۲۰۱۴) و آسونگ و تاچمیو، ۲۰۱۶ در مورد اقتصاد دانش مبتنی بر کارآفرینی

¹ Pina&Cunha

مطابقت دارد. این شهود که به‌عنوان مبنای نظری برای این خط تحقیق عمل می‌کند نیز به‌طور گسترده مطابق با ادبیات کارآفرینی است، به‌ویژه: بروتون و همکاران. (۲۰۰۸، ۲۰۱۰) و بروتون و اهلستروم (۲۰۰۳، ۲۰۰۶). به‌عنوان‌مثال با توجه به بروتون و همکاران. (۲۰۰۸)، کارآفرینی نقش کلیدی در جهت‌گیری فزاینده کشورهای نوظهور به سمت بازارگرایی، اقتصاد دانش و توسعه اقتصادی ایفا کرده است.

افرادی که دارای ذهنیت کارآفرینی باشند تغییرات را از طریق نوآوری برای به حداکثر رساندن منافع اجتماعی به ارمغان می‌آورند. دانش عنصر کلیدی سیستم‌های نوآوری است و نهادهایی که نقش مهمی در توسعه آن دارند را می‌توان به‌صورت زیر بیان کرد: (۱) دانشگاه‌ها و مؤسسات دانشگاهی (توسعه و انتقال دانش)، (۲) سازمان‌های دولتی و (۳) شرکت‌های نوآور. مدل تکاملی ماریچ سه‌گانه روابط دانشگاه-صنعت-دولت بر روی همپوشانی انتظارات، ارتباطات و تعاملات تمرکز می‌کند. پیام ماریچ این است که دانشگاه‌ها، صنعت‌ها و دولت‌ها برخی از قابلیت‌های دیگری را به عهده می‌گیرند، حتی اگر هرکدام نقش اصلی و هویت متمایز خود را حفظ کنند. در اقتصادهای مبتنی بر دانش، ارتباطات و همکاری بین شرکت‌کنندگان در یک سیستم نوآوری ضروری است و فرآیند کسب و انتشار دانش نقش دانشگاه‌ها در توسعه اجتماعی-اقتصادی مهم است زیرا آن‌ها دانش علمی را بهبود می‌بخشند و منتشر می‌کنند. ضروری است بر ذهنیت کارآفرینی که برای توسعه اقتصادی حیاتی هستند تأکید شود. دانش کارآفرینی اغلب با عنوان فعالیت‌هایی با برچسب تحقیق و توسعه در نظر گرفته می‌شود.

علیرغم سرمایه‌گذاری‌های کوچک در تحقیق و توسعه و سایر فعالیت‌های رسمی مولد دانش، کارآفرینان به لطف فعالیت‌های کارآفرینانه خود، به‌طور قابل‌توجهی به اقتصاد دانش‌بنیان کمک می‌کنند. برخی از مسائلی که برای درک بهتر مطرح هست عبارت‌اند از: اول، انتقال دانش بین بخش‌های مختلف اقتصاد، نقشی که کارآفرینان در آن فرآیندها دارند و میزان آن. کدام مکانیسم‌های دیگر برای انتشار دانش مهم هستند،

به‌عنوان مثال، تحرک نیروی کار؟ علاوه بر این، کارآفرینان چگونه پایگاه دانش خود را منبع یابی و ارتقا می‌دهند، پیوندهای مالی (مشتریان و تأمین‌کنندگان) و غیرمالی چه نقشی دارند؟ چگونه آن‌ها با یکدیگر ارتباط دارند و تا چه حد کارآفرینان به‌طور فعال در منبع یابی دانش و ارتقاء دانش شرکت می‌کنند؟

با توجه به اینکه هدف درآمدزایی و ایجاد ثروت از دانش بحث اصلی اقتصاد دانش‌بنیان در سطح دنیاست لذا به‌کارگیری و پیاده‌سازی سطحی و صرفاً آکادمیک از دانش و مدیریت دانش با رویکردهای سنتی و کلیشه‌ای شرکت‌ها و بنگاه‌ها را در نیل به این هدف یاری نخواهد نمود بنابراین نیازمند جهت‌گیری درست و دانش‌بنیان در این زمینه می‌باشیم. مدیریت اقتصادی در شرکت بهره‌برداری راه‌آهن شهری تهران و حومه علیرغم توسعه مبانی و مفاهیم مدیریت دانش و اقتصاد دانش‌بنیان در کشور مبتنی بر تجاری‌سازی دانش نیست. به همین دلیل برای حرکت به سمت توسعه دانش‌بنیان اقتصاد در مترو نیازمند اجرای طرح‌های مدیریت دانش با رویکرد تجاری‌سازی و نیل به اقتصاد دانش در این شرکت می‌باشیم. لذا اقتصاد و کسب‌وکار مترو تهران باید مبتنی بر دارایی دانش و تجاری‌سازی دانش و نوآوری‌های ریلی در شبکه اکوسیستم نوآوری باشد.

تعامل با شرکت‌های دانش‌بنیان و شبکه نوآوری و نهادینه‌سازی آن در اکوسیستم اقتصادی مترو از مهم‌ترین رویکردهای لازم خواهد بود و تسهیل فرایندها و الزامات قانونی و دستورالعمل‌هایی که بتوانند موانع کارآفرینی و تجاری‌سازی دانش‌های انباشته‌شده در سطح شرکت را از پیش روی اقتصاد مبتنی بر دانش بردارد گامی مهم در این مسیر خواهد بود.

شبکه‌سازی یکی از مهم‌ترین گام‌ها در جهت تسهیل این فرایندها خواهد بود مدیران ارشد با اتصال به شبکه‌های خلاقیت و نوآوری می‌توانند چارچوب‌های ذهنی خود را بازآفرینی نموده و با تغییر پارادایم‌های اقتصادی در دنیا هم‌راستا و همگام نمایند و از این طریق با تغییر ذهنیت سنتی به سمت ذهنیت کارآفرینانه و تکثیر آن در محیط کسب‌وکار به شکل‌گیری فرایند اقتصاد مبتنی بر دانش کمک شایانی نمایند.

توجه به سرمایه‌های دانشی و فکری سازمان یکی دیگر از الزامات نیل به اقتصاد دانش‌بنیان در کسب‌وکارهای امروزی است. ارزش‌آفرینی از سرمایه‌های فکری و ایجاد ارزش‌افزوده از مهم‌ترین مبانی و مفاهیم در اقتصاد دانش‌بنیان و مدیریت دارایی‌های فکری است. البته با توجه به سابقه اندک مالکیت فکری در ایران، نوآوری و ثروت‌آفرینی از این دارایی مهم شرکت‌ها بسیار مغفول مانده و در بسیاری موارد مشاهده شده که افراد خلاق و نوآور در ارائه اندیشه‌ها و ایده‌های نوآورانه ثروت ساز به جهت عدم شناخت و نیز ریسک افزایش ایده‌ها و خارج شدن از مالکیت ایشان در بیان و پیاده‌سازی ایده‌های برای سازمان‌ها و کسب‌وکارهای بزرگ که از ساختار و حاکمیت دولتی برخوردار هستند خودداری می‌نمایند.

عدم درک صحیحی از اهمیت بحث داشتن ذهنیت کارآفرینی در حوزه اقتصاد دانش و نقشی که مدیریت آن در عملکرد بهتر صنعت می‌تواند داشته باشد و از طرفی محدودیت در استفاده از ابزار اندازه‌گیری متغیرها می‌تواند محدودیت‌های پژوهش مورد بررسی باشد. شکاف در درک ایجاد دانش، انتشار و تجاری‌سازی آن به این معنی است که پیش‌بینی‌ها و پیامدهای سیاستی که می‌توانند از مدل‌های رشد مبتنی بر دانش فعلی استخراج شوند باید با احتیاط تفسیر شوند. مشارکت در مدل‌های رشد مبتنی بر دانش در دهه ۱۹۹۰، مفهوم کارآفرین را دوباره معرفی کرد، باین‌حال، ویژگی‌های معمولی آن را از بین برد. ضعف عمده با این فرض مرتبط است که تجاری‌سازی دانش یا از طریق سرریزهای دانش خودکار و غیرقابل توضیح (برون‌زا) یا از طریق سرمایه‌گذاری در سطح شرکت در تحقیق و توسعه اتفاق می‌افتد. از این‌رو، مکانیسم حیاتی در ترویج رشد، یعنی انتشار دانش، در مدل‌های موجود مشخص نشده است. مدیریت دانش فرآیندی است که شامل تعدادی مؤلفه است و منطقی است که پیشنهاد کنیم یک یا چند مؤلفه ممکن است در ارتقای ذهنیت کارآفرینی تأثیرگذارتر از سایر مؤلفه‌ها باشند. بنابراین، تعیین این‌که کدام مؤلفه از فرآیند مدیریت دانش (ایجاد، ذخیره/بازیابی، انتقال، یا کاربرد) برای افزایش ذهنیت کارآفرینانه فردی بیشتر مرتبط یا تأثیرگذار است، ارزشمند است.

به‌این ترتیب، برای کسب بهترین نتایج در سازمان‌ها، مدیران می‌توانند بیشترین تمرکز را بر توسعه و پیاده‌سازی سیستم‌هایی داشته باشند که آن جزء از فرآیند مدیریت دانش را در سازمان تسهیل و ارتقا می‌دهند. همچنین در حوزه اقتصاد دانش‌محور و ایجاد و کاربردی شدن و نقش شرکت‌های دانش‌بنیان در پیشبرد اقتصاد تحقیقات کاملی صورت گیرد.

منابع

- آزاد ارمکی، امیر، داودی، عارفه، & علیزاده مجد، امیررضا. (۱۴۰۰). طراحی الگوی بازاریابی مبتنی بر کارآفرینی و نوآوری در شرکت‌های دانش‌بنیان. مدیریت تبلیغات و فروش، ۲(۳)، ۱۵-۲۹
- آزاد ارمکی، امیر؛ داودی، عارفه؛ علیزاده مجد، امیررضا (۱۴۰۰). تاثیر آموزش کارآفرینی بر هوشیاری کارآفرینانه با نقش میانجی اثربخشی آموزش و آگاهی اقتصادی، فصلنامه پژوهش‌های علوم مدیریت، سال سوم، شماره ۸، ص ۲۱-۴۱.
- آق قلعه، حسین و سلیمان پورعمران، محبوبه، (۱۳۹۹) بررسی رابطه بین مدیریت دانش و کارآفرینی با بهره‌وری و نوآوری سازمانی، فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره: ۱۰، شماره: ۳
- امیری، مهدی (۱۳۹۷) بررسی رابطه بین مدیریت دانش و کارآفرینی استراتژیک مبتنی بر میانجیگری نوآوری سازمانی مطالعه موردی: سازمان آموزش و پرورش فارس)، فصلنامه علمی و پژوهشی ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره ۸، شماره ۲، ص ۱۴۷-۱۸۴.
- پاشایی، امین؛ کامکار، مهدی (۱۳۹۶). ارائه مدل تاثیر مدیریت دانش و امنیت اقتصادی بر اقتصاد دانش‌بنیان، فصلنامه امنیت پژوهی، سال ۱۶، شماره ۵۷، ص ۵-۳۴
- حمزه‌زاده، محسن؛ خوش‌سیما، رضا (۱۳۹۶). تأثیر مدیریت دانش بر بهره‌وری اقتصادی پروژه‌های دانش‌بنیان. مهندسی و مدیریت ساخت، ۲(۱)، ۲۲-۳۱.
- راغفر، حسین، شاه‌آبادی، ابوالفضل، و علیزاده، سمیرا. (۱۳۹۷). تأثیر مؤلفه‌های اقتصاد دانش بر کارآفرینی در کشورهای منتخب. مجله تحقیقات اقتصادی، ۵۳(۲)، ۳۲۳-۳۴۴.

- رضوان اشرفی، فاطمه، و تقوایی یزدی، مریم. (۱۳۹۹). شناسایی و بررسی تاثیر عوامل موثر در اقتصاد دانش بنیان بر ایجاد دانشگاه های دانش بنیان. فصلنامه توسعه آموزش جندی شاپور اهواز، ۱۱(۳)، ۵۳۱-۵۴۲

- طالبی، کامبیز و بهنام، دانیال (۱۳۹۳)، تبیین تاثیر ذهنیت کارآفرینانه بر رشد کسب و کارهای دانش بنیان در شرکت های دانش بنیان و فناور محورپارک های علم و فناوری خراسان رضوی و شمالی، اولین سمپوزیوم بین المللی علوم مدیریت با محوریت توسعه پایدار، تهران

- فرقانی، محسن؛ داودی، عارفه؛ علیزاده مجد، امیررضا (۱۴۰۰). طراحی الگوی استراتژیک آموزش و بهسازی منابع انسانی با هدف توفیق در بازارهای داخلی و خارجی، فصلنامه تعالی منابع انسانی، دوره دوم، شماره چهارم، ص ۲۰-۳۶.

- کمالی، میرتوحید؛ جاویدنیا، رضا و دباغ، رحیم (۱۳۹۶) بررسی ارتباط سیستم فرآیند مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی مطالعه موردی: پژوهشکده ی علم و فناوری منتخب، فصلنامه مدیریت اطلاعات و دانش شناسی (۱۱)

- موسوی زهرا سادات، علیرضایی ابوتراب، شاه منصوری اشرف، علیزاده مجد امیررضا. (۱۳۹۹) تقدیم نموذج من العلامه التجاریه للمتاجر متعدده الفروع القرویه فی ایران. دراسات فی العلوم الانسانیه ۱۴۴۲؛ ۲۷ (۳) ۱۷-۱.

- ناظم میترا، علیزاده مجد امیررضا، نارنجی مسعود. (۱۴۰۰) دور التسویق الریادی فی أداء الأعمال الصغیره والمتوسطه بدور الوسیط: السلوک الریادی فی الأعمال (دراسه حاله: الشركات المختاره فی مجال تکنولوجیا المعلومات). دراسات فی العلوم الانسانیه ۱۴۴۲؛ ۲۸ (۱) ۹۲-۶۷

- نرماشیری، فرحناز، (۱۳۹۵) نقش ذهنیت کارآفرینانه در فرایند کارآفرینی سازمانی شرکت های دانش بنیان، همایش ملی شرکتهای دانش بنیان فرصت ها و چالش ها و نقش آن در توسعه کشور، چابهار

- ورهامی، ویدا (۱۳۹۵). اقتصاد دانش بنیان و مدیریت نوآوری، همایش: کنگره ملی آموزش عالی ایران دوره برگزاری: ۱

- Acevedo-Correa, Y., Valencia-Arias, A., Bran-Piedrahita, L., Gómez-Molina, S., & Arias-Arciniegas, C. (2019). Alternatives for knowledge management models in Higher Education Institutions. *I will engineer. Chilean Engineering Magazine*, 27(3), 410-420.
- Asongu, S. A., & Tchamyu, V. S. (2016). The impact of entrepreneurship on knowledge economy in Africa. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*.
- Azma, F., Alizadeh Majd, A., & Torki, P. (2015). A process model of Entrepreneur University with knowledge Management Approach. *Applied mathematics in Engineering, Management and Technology*, 3(4), 489-498.
- Bakr, M. M., Aref, M. A. E., & Kamel, F. F. (2022). Entrepreneurial Orientation and its Relation to Knowledge Management Process among First Line Mangers. *Assiut Scientific Nursing Journal*, 10(31), 98-110.
- Batra, R. (2017). Role of knowledge management system in service industry. *Knowledge Management*.
- Becerril-Elias, J.C., & Merritt, H. (2021). Alliances for innovation in knowledge-intensive organizations: The case of Mexico. *CEA Magazine*, 7(14), e1780. <https://doi.org/10.22430/24223182>. 1780
- Ciuriak, D. (2020). Into the Post-Pandemic: On the New World Orders and their Would-Be Architects. *SSRN Electronic Journal*, 1-14.
- Cui, J., Sun, J. and Bell, R. (2021), "The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial mindset of college students in China: the mediating role of inspiration and the role of educational attributes", *The International Journal of Management Education*, Vol. 19 No. 1, p. 100296.
- Daspit, J., Fox, C., & Findley, S. (2021). Entrepreneurial Mindset: An Integrated Definition, A Review of Current Insights, and Directions for Future Research. *Journal of Small Business Management*. (Forthcoming. 10).
- Dewi, Karyaningsih, R. P.; Agus Wibowo; Ari Saptono; Bagus Shany Narmaditya (2020). Does entrepreneurial knowledge influence vocational students' intention? Lessons from Indonesia. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 8(4), 138-155.
- Firsova, I.A., Lukashenko, I.V., & Azarova, S.P. (2021). The socio-economic importance education in a knowledge-based economy. In *Studies in Systems, Decision and Control* (Vol. 316,

pp. 231-238). Springer Science and Business Media Deutschland GmbH.

- Gabriel, J. Navarro, C. Acosta, P. Wensley, A. (2015). Structured knowledge processes and firm performance: The role of organizational agility. *Journal of Business Research*. Vol 62. No 5. Pp 1544-1549

- Giraldo, M. C. B., Toro, O. N. P., Arias, A. V., Arias, M. L. B., & Piedrahita, L. B. (2022). Research trends of the knowledge-based economy: A bibliometric study. *Intangible Capital*, 18(2), 290-313.

- Hassen, Ben T. (2023). Developing a Vibrant Entrepreneurship Ecosystem in Qatar: A Sustainable Pathway Toward the Knowledge-Based Economy?. In *Sustainable Qatar* (pp. 349-364). Springer, Singapore.

- Haynie, J.M., Shepherd, D., Mosakowski, E., & Earley, P.C. (2010). A situated metacognitive model of the entrepreneurial mindset. *Journal of Business Venturing*, 25(2), 217-229.

- Ireland, R. D., Hitt, M. A., & Sirmon, D. G. (2003). A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions. *Journal of Management*, 29(6), 963-989

- Jiatong, W., Murad, M., Bajun, F., Tufail, M. S., Mirza, F., & Rafiq, M. (2021). Impact of Entrepreneurial Education, Mindset, and Creativity on Entrepreneurial Intention: Mediating Role of Entrepreneurial Self-Efficacy. *Frontiers in Psychology*, 12, 724440.

- Kharel, S., KC, A., Devkota, N., & Paudel, U. R. (2022). Entrepreneurs' level of awareness on knowledge management for promoting tourism in Nepal. *Journal of Information & Knowledge Management*, 21(02), 2250023.

- Kuznetsova-Bogdanovitsh, K. (2022). Co-construction knowledge management practices in arts universities: the role of the entrepreneurial mindset and education. *THE SIBELIUS ACADEMY OF THE UNIVERSITY OF THE ARTS HELSINKI*

- Lynch, M. P., & Corbett, A. C. (2023). Entrepreneurial mindset shift and the role of cycles of learning. *Journal of Small Business Management*, 61(1), 80-101.

- Martin, L. R., & Osberg, S. (2007). Social entrepreneurship: The case for definition. *Stanford Social Innovation Review*, 5(2), 29-39.

- Mathisen, J.E., & Arnulf, J.K. (2013). Competing mindsets in entrepreneurship: The cost of doubt. *International Journal of Management Education*, 11(3), 132-141.

- Naumann, C. (2017). Entrepreneurial mindset: A synthetic literature review. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 5(3), 149-172.
- Neelima, J. (2015). Role of knowledge management in current scenario. *IJARIE*, 1(1)
- Pidduck, R. J., Clark, D. R., & Lumpkin, G. T. (2023). Entrepreneurial mindset: Dispositional beliefs, opportunity beliefs, and entrepreneurial behavior. *Journal of Small Business Management*, 61(1), 45-79.
- Pillay, D., & Barnard, B. (2022). Entrepreneurship and knowledge management: knowledge requirements, utility, creation, and competency. *Utility, Creation, and Competency* (January 1, 2019).
- Pina e Cunha, M. (2007). Entrepreneurship as decision making: Rational, intuitive and improvisational approaches. *Journal of Enterprising Culture*, 15(1), 1-20.
- Raghfar, Hossein, Shahabadi, Abolfazl, and Alizadeh, Samira. (2017). The effect of knowledge economy components on entrepreneurship in selected countries. *Journal of Economic Research*, 53(2), 323-344. (in Persian)
- Raisi, Asma and Pirmardi, Nazanin and Zare Charahi, Mohammad, (2021), Investigating the impact of knowledge management on entrepreneurship in education and training organizations, the second congress of new findings in the field of family, mental health, disorders, prevention and education, Tehran, .
- Riege, A. (2007). Actions to overcome knowledge transfer barriers in MNCs. *Journal of Knowledge Management*, 11(1), 48-67.
- Saadat, S., Aliakbari, A., Alizadeh Majd, A. and Bell, R. (2022), "The effect of entrepreneurship education on graduate students' entrepreneurial alertness and the mediating role of entrepreneurial mindset", *Education + Training*, Vol. 64 No. 7, pp. 892-909. <https://doi.org/10.1108/ET-06-2021-0231>
- Saba CLN, F. M. (2022). Knowledge Management Application in the Service Industry. University of Nebraska – Lincoln
- Sadrzadeh, Mehdi and Bayat, Mona, (2021), study of the impact of knowledge management on the growth and success of the knowledge-based economy, the first international conference on industrial engineering, management, economics and accounting. (in Persian)

- Saptono, A., Wibowo, A., Narmaditya, B. S., Karyaningsih, R. P. D., & Yanto, H. (2020). Does entrepreneurial education matter for Indonesian students' entrepreneurial preparation: The mediating role of entrepreneurial mindset and knowledge Cogent Education, 7(1), 1836728.
- Schenk, J. (2023). Innovative Concepts within Knowledge Management.
- Secundo, G., Vecchio, P. D., & Passiante, G. (2015). Creating innovative entrepreneurial mindsets as a lever for knowledge-based regional development. International Journal of Knowledge-Based Development, 6(4), 276-298.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. The Academy of Management Review, 25(1), 217.
- Shehzad, M. U., Zhang, J., Latif, K. F., Jamil, K., & Waseel, A. H. (2023). Do green entrepreneurial orientation and green knowledge management matter in the pursuit of ambidextrous green innovation: A moderated mediation model. Journal of Cleaner Production, 388, 135971.
- Sulaiman, A. M., Suleiman, M. M., & Sulaiman, A. M. (2022). Knowledge Management in Higher Education Institutions: Benefits and Issues. Knowledge Management in Higher Education Institutions, 47.
- Taherkhani, K., Kooshamoghaddam, A., & Majd, A. A. (2022). Presenting a model for university managers' entrepreneurial behaviours by adopting an entrepreneurial university approach. EuroMed Journal of Management, 4(3), 233-256.
- Thornton, P. H., Ribeiro-Soriano, D., & Urbano, D. (2011). Socio-cultural factors and entrepreneurial activity. International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship, 29(2), 105–118.