

بررسی رابطه کارآفرینی سازمانی و مدیریت دانش (مورد مطالعه: اساتید دانشکده فنی پسران مرودشت)

حسین افلاکی فرد ، سعیده نیک فرجام* ، غلامرضا آزموده

چکیده

سازمان‌ها برای پیشرفت بیشتر به کارکنان با دانش بالاتر و مهارت‌های متنوع نیاز دارند. اهمیت مقوله دانش در دهه‌های اخیر رشد روزافزونی داشته که این امر ناشی از تمرکز بر دانش به عنوان یکی از منابع کلیدی سازمان است و شواهد تجربی نشان می‌دهد که بین سرمایه انسانی سازمان و کارآفرینی رابطه مثبت وجود دارد. در این تحقیق به مطالعه رابطه مدیریت دانش و کارآفرینی می‌پردازیم. این پژوهش توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری (N=۱۳۰) اساتید دانشکده فنی پسران مرودشت می‌باشد، از بین این تعداد بر اساس جدول مورگان ۹۷ نفر را به عنوان نمونه انتخاب کردیم. از آنجا که جامعه آماری ما همگن نمی‌باشد، براساس نمونه‌گیری نسبتی از هر گروه (برق: ۳۱، پایه: ۱۴، عمران: ۱۸، عمومی: ۱۸، معماری: ۱۶) نسبتی متناسب را برای نمونه انتخاب کردیم. به منظور جمع‌آوری داده‌ها در این تحقیق از دو پرسشنامه‌ی مدیریت دانش و کارآفرینی استفاده کرده ایم، که به ترتیب با ضریب آلفای ۰/۹۴۶، ۰/۷۶۵ مورد تایید قرار گرفت، استفاده شد، همچنین روایی صوری پرسشنامه‌ها از نظر اساتید مورد تایید قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون‌های کلموگروف اسمیرنوف و همبستگی اسپیرمن استفاده شده است.

با آزمون هر یک از فرضیه‌ها، فرضیه‌ی اصلی مبنی بر وجود رابطه معنی‌دار بین مدیریت دانش و کارآفرینی مورد تایید واقع نمی‌شود. از بین فرضیات فرعی تحقیق در فرض سه رابطه‌ی بین مدیریت دانش و مهارت در سطح اطمینان ۰/۹۵ درصد مقدار $\text{sig}: ۰,۰۲۰$ به دست آمد. از آنجا که این مقدار کمتر از $۰/۰۵$ می‌باشد لذا فرض صفر را رد کرده و همچنین از آنجا که $F=۰,۲۷۰$ می‌باشد این رابطه مستقیم و از نظر شدت نسبتاً متوسط می‌باشد، همچنین فرض پنج نیز رابطه مدیریت دانش و کشف فرصت در سطح اطمینان ۰/۹۹ درصد مقدار $\text{sig}: ۰,۰۰۶$ به دست آمد. از آنجا که این مقدار کمتر از $۰/۰۱$ می‌باشد لذا فرض صفر را رد کرده و همچنین از آنجا که $F=۰,۳۲۶$ می‌باشد این رابطه مستقیم و از نظر شدت متوسط می‌باشد. اما فرض اصلی تحقیق رابطه بین مدیریت دانش و کارآفرینی در سطح اطمینان ۰/۹۵ درصد از آنجا که سطح معناداری ۰/۰۸۷ به دست آمد و این مقدار بیشتر از $۰/۰۵$ می‌باشد لذا فرض تحقیق رد می‌شود، همچنین فرض‌های فرعی یک، دو، چهار، شش و هفت در سطح اطمینان ۰/۹۵ به ترتیب با $\text{sig}: ۰,۴۶۲$ ، $\text{sig}: ۰,۳۱۰$ ، $\text{sig}: ۰,۸۹۹$ ، $\text{sig}: ۰,۴۵۹$ و $\text{sig}: ۰,۱۵۱$ از آنجا که این مقادیر بیش از $۰/۰۵$ می‌باشد هر پنج فرض تحقیق رد می‌شوند. نتایج تحقیق حاکی از آن است که، اساتید محترم این دانشکده یا با پدیده مدیریت دانش بیگانه می‌باشند یا پرسشنامه موجود ایراداتی داشته و نتوانسته متغییر مورد نظر را به درستی معرفی کند.

واژه‌های کلیدی: مدیریت دانش، کارآفرینی، خلاقیت، کنترل درونی و تمایل به قدرت

مقدمه:

عمده ترین سرمایه سازمان های تولیدی و خدماتی عصر حاضر دانشی می باشد که به آن دسترسی دارند (ابراهیمی، زارع و دیگران، ۱۳۹۵، ۱۸)، میتوان گفت که در سازمان های امروزی دانش مهمترین عامل تولید نسبت به سرمایه، زمین و نیروی کار است (محمدی، ۱۳۹۶، ۲). دانش عامل کلیدی در رقابت پذیری سازمان ها محسوب می شود و ارزش آتی سازمان را می سازد، مدیریت دانش به عنوان عامل اساسی در کسب مزیت رقابتی برای سازمان شناخته می شود (رحمانی و فرح آبادی، ۱۳۹۳، ۲۱۲) که به عنوان یک استراتژی آنها را قادر به بهبود سطح رقابت خود میکنند (گلزانو، ماریا و دیگران، ۲). امروزه سازمانها یکی از راههای تمایز خود از سازمان های دیگر را در افزایش میزان دانش بنیانی سازمانی خود جستجو می کنند تا بتوانند از طریق آن به سطوح بالاتری از کارایی و نوآوری دست یابند (صفری، شوریج و دیگران، ۱۳۹۳، ۹۶) و به وسیله آن اطلاعات خود را تقسیم کرده و عملکرد سازمان را بهبود بخشند (شهرکی و کشتکار، ۲۰۱۶، ۹۲۳). تغییرات سریع محیط، تشدید فضای رقابتی بین شرکتها و کوتاه شدن چرخه حیات محصولات نیاز به نوآوری و کارآفرینی را برای بقای سازمانها اجتناب ناپذیر کرده است (حسینی و مرئی، ۱۳۹۵، ۱۹). به همراه پیچیدگی در رقابت، کارآفرینی به یکی از شایستگی های اصلی زندگی سازمانی تبدیل شده است. همه شرکت ها برای زندگی نیاز به ایده های جدید و مدرن دارند که مانند روح در کالبد آنها دمیده شود و آنها را از عذاب و زیان نجات بخشد. ظهور نوآوری در دانش میتواند سازمان را در رقابت با دیگر سازمان ها توانمند سازد و ابزاری موثر برای افزایش عملکرد سازمانی می باشد از طرفی دانش برای بهره برداری از کارآفرینی اهمیت فوق العاده ای دارد (هادی زاده، ۲۰۱۳، ۹۹۹). همچنین نگرش و رفتار کارآفرینانه برای شرکت های جدید به منظور تسهیل بهره برداری از دانش جدید و موجود که موجب کشف فرصت های بازار می شود حیاتی می باشد (اخوان، ۲۰۱۵، ۲۸). بنابر این مقدمات ما در این تحقیق به بررسی رابطه بین کارآفرینی و مدیریت دانش خواهیم پرداخت.

مدیریت دانش، فرایند خلق و تسهیم، انتقال و ذخیره دانش به شیوه ای است که بتوان از آن به صورت اثر بخش در سازمان استفاده کرد (خلیفه سلطانی، ۲۰۱۶، ۷۱۶؛ سالاریان و کیاکجوری، ۱۳۹۴، ۶۶)، همچنین مدیریت دانش یک اصطلاح جدید است که نه تنها شامل مفاهیم مربوط به انتقال دانش، استفاده از دانش، تجارت و به اشتراک گذاری دانش می باشد، بلکه به معنای فرآیند بهره برداری از دانش (اوهلانرون، استل، میچارد و فولکرینگ، ۲۰۰۷، ۴؛ طالقانی، ۲۰۱۱، ۳۸۹) و توانایی تبدیل آن به استراتژی می باشد (تنگ ها و دیگران، ۲۰۱۵، ۱۸۵).

از طرفی مدیریت دانش را می توان به معنی ایجاد دانش و به اشتراک گذاری منابع داخلی دانش و استفاده از منابع خارجی آن به همراه مزایا و معایب آن تعریف کرد (آدرستج، لهمان، بلیتسکی و کایزا، ۲۰۱۸، ۲).

فرآیند مدیریت دانش به چهار قسمت تقسیم می شود:

- ۱ -Gonzalo ,María, Domingo
- ۲- shahraki,keshtegar
- ۳-hadi zadeh
- ۴-akhavan
- ۵-khalife soltani
- ۶ - uhlaner,van stel,meijaard and folkeringa
- ۷- taleghani
- ۸- Tong Ha,Chiun Lo,Chai Wang
- ۹-Audretsch, Lehmann, Belitski and Caiazza

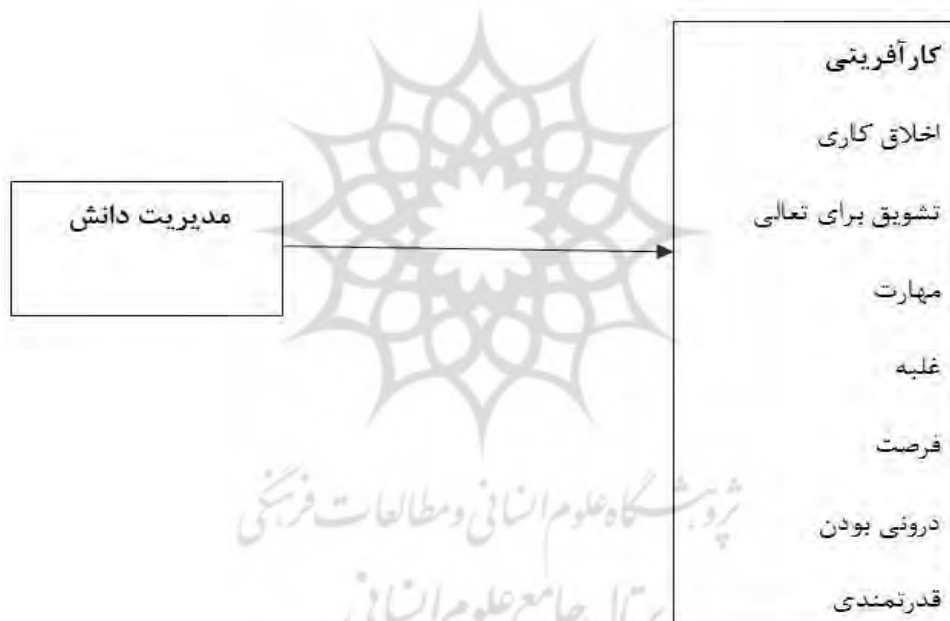
الف) سوسیالیزاسیون (ضمنی): مرحله اول مدیریت دانش به اشتراک گذاری دانش می باشد که شامل تعامل دانش ضمنی با دانش ضمنی می باشد.

ب) برون سازی (دانش صریح): بیان دانش ضمنی و ترجمه آن. فرآیند پیوند دانش صریح به دانش صریح می باشد.

ج) ترکیب: در این مرحله دانش صریح در قالب مجموعه های مختلف دانش، مبادله و توزیع شده و برای ایجاد دانش جدید پردازش و طبقه بندی می شود. فرآیند مبادله دانش آشکار از طریق سازوکارهای ی چون جلسات، گفت وگوهای تلفن و مانند آنها (خلیل نژاد، نکوئی زاده و گل محمدی، ۱۳۹۶، ۴۴).

د: صریح به ضمنی: در این مرحله دانش صریح به دانش ضمنی تبدیل شده و یادگیری صورت میگیرد (رحیمی^۱، ۲۰۱۱، ۱۹).

کارآفرینی فرآیندی است که می تواند مواد جدیدی همراه با داشتن ارزش جدید را خلق کند و در این عمل از خلاقیت، زمان، منابع، خطرات و سایر عناصر استفاده می شود (قربانی، حاجی زاده و سید زادگان^{۱۱}، ۲۰۱۲، ۴) یا به عبارتی کارآفرینی به فعالیت های ایجاد یک شرکت جدید یا آغاز فعالیت های جدید در شرکت موجود (صالحی، سالامه، حیحازی و ابو زید^{۱۲}، ۲۰۱۵، ۲) و به معنی کشف، ارزیابی و بهره برداری از فرصت ها می باشد (آشوری و برومند^{۱۳}، ۲۰۱۴، ۴۲).



شکل ۱: مدل مفهومی تحقیق

۱- Rahimi

۲- ghorbani, Hajinezhad and Seyyed Zadehan

۱۲- Salih, Salameh, Hijazi and Abu Zaid

۱۳- ashouri, boroumand

روش پژوهش

تحقیق حاضر، از نوع تحقیق همبستگی است که یکی از روش‌های تحقیق توصیفی (غیرآزمایشی) می باشد و رابطه میان متغیرها را براساس هدف تحقیق بررسی می کند، از نظر پارادایم کمی و از جنبه هدف کاربردی است. جامعه آماری (N=۱۳۰) اساتید دانشکده فنی پسران مروودشت می باشد، از بین این تعداد بر اساس جدول مورگان ۹۷ نفر را به عنوان نمونه انتخاب کردیم. از آنجا که جامعه آماری ما همگن نمی باشد، بر اساس نمونه گیری نسبتی از هر گروه (برق: ۳۱، پایه: ۱۴، عمران: ۱۸، عمومی: ۱۸، معماری: ۱۶) نسبتی متناسب را برای نمونه انتخاب کردیم.

در این تحقیق از دو پرسشنامه‌ی مدیریت دانش و کارآفرینی استفاده کرده ایم. پرسشنامه‌ی مدیریت دانش و پرسشنامه کارآفرینی از کتاب پژوهشنامه‌ی مدیریت ۴ استخراج شده است و شامل ۲۸ سوال می باشد. سوالات موجود در این پرسشنامه به بررسی ابعاد هفت گانه کارآفرینی می پردازد و بر اساس طبقه بندی لیکرت امتیازبندی گردیده است (مقیمی، رمضان، ۱۳۹۰: ۱۵۶-۱۵۵).

جدول ۱: مولفه های تشکیل دهنده‌ی پرسشنامه‌ی کارآفرینی

ردیف	ابعاد	شماره‌ی سوالات
۱	اخلاق کاری	۱،۲،۳،۴
۲	تشویق برای تعالی	۵،۶،۷،۸
۳	مهارت	۹،۱۰،۱۱،۱۲
۴	غلبه	۱۳،۱۴،۱۵،۱۶
۵	فرصت	۱۷،۱۸،۱۹،۲۰
۶	درونی بودن	۲۱،۲۲،۲۳،۲۴
۷	قدرتمندی	۲۵،۲۶،۲۷،۲۸

منبع: مقیمی، رمضان ۱۳۹۰

روایی پرسشنامه‌های مورد استفاده در این پژوهش با استفاده از نظرات اساتید دانشگاه آزاد اسلامی شهرستان مروودشت (گروه مدیریت و روانشناسی) پس از اعمال تغییراتی از نظر صوری مورد تایید قرار گرفت. برای تعیین پایایی پرسشنامه های مورد استفاده در این پژوهش تعداد ۳۰ پرسشنامه (در بین اساتید دانشکده فنی پسران مروودشت) که ابتدا با استفاده از نمونه گیری نسبتی از هر گروه با توجه به حجم، نسبتی متناسب انتخاب شد و سپس بر اساس نمونه گیری منظم افراد انتخاب شدند، پخش و برای پرسشنامه های مدیریت دانش و کارآفرینی به ترتیب آلفاهای ۰/۹۴۶، ۰/۷۶۵ به دست آمد و با توجه به اینکه این اعداد بیشتر از ۰/۶۰ است پایایی پرسشنامه مورد تایید قرار گرفت. در تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS استفاده شد و در زمینه‌ی آمار استنباطی برای تایید یا رد فرضیه‌های تحقیق خود از آنجا که متغیرهای ما رتبه ای می باشند از ضریب همبستگی اسپیرمن، همچنین برای تحلیل مشخصات شخصی کارکنان با استفاده از روش های آمار توصیفی، آماره هایی همچون درصد، فراوانی، فراوانی تجمعی و میانگین داده ها را اندازه گرفته ایم.

یافته ها

یافته های توصیفی: نتایج آمار جمعیت شناختی پاسخ دهندگان در زمینه جنسیت نشان داد: ۳۳ درصد پاسخ دهندگان زن و ۶۷ درصد مرد بودند از نظر تاهل و مجرد ۳۶،۲ درصد مجرد و ۶۲،۸ درصد متاهل می باشند، در زمینه تحصیلات ۷،۴ درصد دارای مدرک کارشناسی، ۷۹،۸ درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد و ۱۱،۷ درصد دارای مدرک دکترا بودند. از نظر ردهی سنی ۶۸،۱ درصد در ردهی سنی ۳۵-۲۵ سال، ۱۹،۱ درصد در ردهی سنی ۴۵-۳۵ سال، ۱۱،۷ درصد در ردهی سنی ۵۵-۴۵ سال، در رده سنی زیر ۲۵ و بالای ۵۵ سال داده ای وجود نداشت. سابقه تدریس پاسخ دهندگان نیز به این شکل بود: کمتر از ۵ سال ۵۹،۶ درصد، از ۵ تا ۱۰ سال ۱۹،۱ درصد، از ۱۰ تا ۱۵ سال ۷،۴ درصد، از ۱۵ تا ۲۰ سال ۴،۳ درصد و از ۲۰ سال به بالا ۷،۴ درصد می باشد، از آنجا که نمونه گیری ما نسبتی بود، این تعداد نمونه متشکل از ۳۳ درصد گروه برق، ۱۳،۸ درصد علوم پایه، ۱۹،۱ درصد گروه دروس عمومی، ۱۷ درصد گروه عمران و ۱۷ درصد گروه معماری می باشد.

یافته های استنباطی

جدول ۲: نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن برای متغیرهای مورد پژوهش

متغیرها	مدیریت دانش	کارآفرینی
فرضیه اصلی تحقیق: بین مدیریت دانش و کارآفرینی رابطه معنا دار وجود دارد.		
مدیریت دانش	.۲۱۱	۱،۰۰۰
کارآفرینی	۱،۰۰۰	.۲۱۱
فرض فرعی اول: بین مدیریت دانش و اخلاق کاری رابطه معنا دار وجود دارد.		
مدیریت دانش	.۰۸۷	۱،۰۰۰
اخلاق کاری	۱،۰۰۰	.۰۸۷
فرض فرعی دوم: بین مدیریت دانش و تشویق برای تعالی رابطه معنا دار وجود دارد.		
مدیریت دانش	.۱۱۹	۱،۰۰۰
تشویق برای تعالی	۱،۰۰۰	.۱۱۹
فرض فرعی سوم: بین مدیریت دانش و مهارت رابطه معنا دار وجود دارد.		
مدیریت دانش	.۲۷۰*	۱،۰۰۰
مهارت	۱،۰۰۰	.۲۷۰*
فرض فرعی چهارم: بین مدیریت دانش و غلبه رابطه معنا دار وجود دارد.		

مدیریت دانش	۰.۱۵	۱,۰۰۰
غلبه	۱,۰۰۰	۰.۱۵
فرض فرعی پنجم: بین مدیریت دانش و فرصت رابطه معنا دار وجود دارد.		
مدیریت دانش	۰.۳۲۶**	۱,۰۰۰
فرصت	۱,۰۰۰	۰.۳۲۶**
فرض فرعی ششم: بین مدیریت دانش و درونی بودن رابطه معنا دار وجود دارد.		
مدیریت دانش	۰.۰۸۹	۱,۰۰۰
درونی بودن	۱,۰۰۰	۰.۰۸۹
فرض فرعی هفتم: بین مدیریت دانش و قدرتمندی رابطه معنا دار وجود دارد.		
مدیریت دانش	۰.۱۷۱	۱,۰۰۰
قدرتمندی	۱,۰۰۰	۰.۱۷۱

بر اساس تحقیق ما که در جدول بالا نیز بیان شده است، بین مدیریت دانش و کارآفرینی رابطه معنی دار وجود ندارد، در نتیجه فرض اصلی ما رد می شود. از میان هفت فرض فرعی تنها فرض سوم با اطمینان ۹۵ درصد و فرض پنجم با اطمینان ۹۹ درصد پذیرفته شده و رابطه معنی دار بین مدیریت دانش با مهارت و قدرت وجود دارد.

بحث و نتیجه گیری: بر طبق یافته های تحقیق ما مدیریت دانش با کارآفرینی رابطه ی معنی دار ندارد، با آزمون هر یک از فرضیه ها فرضیه ی اصلی مبنی بر وجود رابطه ی معنی دار مدیریت دانش و کارآفرینی مورد تایید واقع نشد، همچنین فرض اول، دوم، چهارم، ششم و هفتم، مبنی بر وجود رابطه معنی دار بین مدیریت دانش با اخلاق کاری، تلاش برای تعالی، غلبه، درونی بودن و نیاز به قدرت تایید نشد. اما بین مدیریت دانش با مهارت و کشف فرصت رابطه معنا دار وجود دارد. از آنجا که بین متغیرهای مورد بررسی رابطه ی همبستگی بین مدیریت دانش و کشف فرصت از همه بیشتر بوده واضح است که افراد با داشتن اطلاعات بیشتر فرصت ها را بیشتر شکار کرده و شکاف های موجود در بازار را زودتر درک میکنند و پیشرفت بیشتری دارند، لذا پیشنهاد میشود هر چه بیشتر اطلاعات به روز در اختیار افراد قرار گرفته تا در کشف فرصت ها و در نتیجه کارآفرین شدن پیشتاز باشند، زیرا پیشتازی در این مقوله یعنی به دست آوردن ۷۰ درصد سود موجود در بازار، اما در نقطه مقابل مدیریت دانش با متغیر غلبه بر موانع کمترین ارتباط را دارد، بنا بر این باید با دادن اطلاعاتی در رابطه با رهبران موفق و اثر گذاری آنها بر جامعه و محیط کاری این حس را در افراد تقویت نمود.

- ۱- ابراهیمی، سعیده؛ زارع، هانیه؛ جوکار، عبدالرسول. (۱۳۹۵)، بررسی رابطه کارآفرینی سازمانی و مدیریت دانش متخصصان علم اطلاعات و دانش شناسی شاغل در کتابخانه های دانشگاه شیراز، فصلنامه دانش شناسی (علوم کتابداری و اطلاع رسانی و فناوری اطلاعات) دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، ص ۱۸.
- ۲- رحمانی، زین العابدین؛ رضایی فرح آبادی، ملیحه. (۱۳۹۳)، بررسی رابطه ی بین اثربخشی استفاده از فرآیند مدیریت دانش با کارآفرینی سازمانی در بخش خدمات عمومی، سومین همایش ملی مدیریت و کارآفرینی، ص ۲۱۲.
- ۳- صفری، علی؛ شورش، فردین؛ صالح زاده، رضا. (۱۳۹۳)، بررسی رابطه میان مدیریت دانش، کارآفرینی و عملکرد در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری، سال نهم، شماره ۲۸، ص ۹۶.
- ۴- حسینی، مریم؛ مرئی، پریسا. (۱۳۹۵)، بررسی اثرگذاری فرایند مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: بانک پاسارگاد استان تهران)، فصلنامه مطالعات مدیریت و حسابداری، دوره ۲، شماره ۴، ص ۱۹.
- ۵- خلیل نژاد، شهرام؛ گل محمدی، عماد؛ نکوئی، زاده مریم. رابطه مدیریت دانش با قابلیت نوآوری با توجه به نقش تعدیلگر جهتگیری استراتژیک، پژوهش های مدیریت منابع سازمانی، دوره ۷، شماره ۲، (۱۳۹۶).
- ۶- سالاریان، محسن؛ کیاکجوری، داوود. بررسی رابطه بین مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: اداره کل بندر و دریانوردی استان مازندران)، نشریه صنعت حمل و نقل دریایی، سال اول، شماره ۲، ص ۶۶.
- ۷- محمدی، رضا. (۱۳۹۶)، بررسی رابطه مدیریت دانش با عملکرد سازمانی در سازمانهای پروژه محور، دو ماهنامه مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه، سال دوم - شماره یک (پیاپی: ۳)، ص ۲.

۱-khalifeh soltani, M. (۲۰۱۶), the relationship between knowledge management and organizational entrepreneurship in the youth and sport ministry of the Islamic republic of iran, p۷۱۶.

۲- uhlaner, L; van stel, A; meijaard, J; folkeringa, M. (۲۰۰۷), The relationship between knowledge management, innovation and firm performance: evidence from Dutch SMEs, P۴.

۳- Rahimi, H; Arbabisarjou, A; Allameh, M; Aghababaei, R, Relationship between Knowledge Management Process and Creativity among Faculty Members in the University. (۲۰۱۱), P۱۹.

۴-hadizadeh, J. (۲۰۱۳), The relationship between knowledge management and entrepreneurship, P۹۹۹.

۵- Taleghani, M. (۲۰۱۱) Knowledge Management and Organizational Entrepreneurship: Organization of Education in Guilan Province, P۳۸۹.

۶- Ghorbani, M; Hajinezhad, A and Seyyed Zadegan, V. (۲۰۱۲), The Relationship Between Knowledge Management and Development in Individual Entrepreneurship at Industrial, P۴.

۷- Salih, A A; Salameh, H; Hijazi, H A and Abu Zaid, M. (۲۰۱۵), the role of knowledge management in developing the characteristics of entrepreneurial organization entrepreneur styles as moderator variables (applied study in the Jordanian pharmaceutical manufacturing sector), P۲.

۸- Akhavan, P; Dehghani, M. (۲۰۱۵), Exploring the Relationship between Entrepreneurial Behavior and Tacit knowledge Sharing, P۲۸.

- ۹ -Ashouri ,T; Boroumand,M R.(۲۰۱۴),The Relationship between Knowledge Management and the Process of Entrepreneurship in Sport Organizations ,P۴۲.
- ۱۰- Audretsch,D; Lehmann,E; Belitski,M and Caiazza,R.(۲۰۱۸), Knowledge management in entrepreneurial organizations,P۲.
- ۱۱-shahraki,M;keshtegar,A A.(۲۰۱۶), The Relationship between Knowledge Management with creativity and innovation,p۹۲۳.
- ۱۲-Gonzalo,M; María del,C; Domingo,G. The Relationship between Knowledge Management and Innovation Level in Mexican SMEs: empirical evidence,P۲
- ۱۳-Tong Ha,SH; Chiun Lo,M; Chai Wang,Y.(۲۰۱۵), *Relationship between Knowledge Management and Organizational Performance: A Test on SMEs in Malaysia*,P ۱۸۵



The Relationship between Knowledge Management and Entrepreneurship(case study: Teachers School of Marvdasht Boys)

Aflakee fard,hosain^{۱۴};nikfarjam,saeede^{۱۵};azmoode,gholam reza^{۱۶}

Abstract

Background and Objectives: Organizations need higher knowledge for further development. The importance of the knowledge category has grown in recent decades, due to the concentration of knowledge as one of the key sources of the organization, and empirical evidence suggests that there is a positive relationship between human capital and entrepreneurship. In this research, we study the relationship between knowledge management and entrepreneurship

Method: This descriptive study is a correlation type. The statistical population (N = ۱۳۰) is the faculty of Marvdasht boys technical school. Of these, according to Morgan's table, we selected ۹۷ people as sample. Since our statistical society is not homogeneous, we chose the relative proportional sample for each sample based on proportional sampling.

Findings: By examining each of the hypotheses, the main hypothesis (Significant relationship between knowledge management and entrepreneurship) is rejected. Among the sub-assumptions of the research, assuming three relationships between knowledge management and skill at the ۹۵% confidence level and sig: ۰,۰۲۰. Among the sub-assumptions of the research, assuming three relationships between knowledge management and skill at the ۹۵% confidence level and sig: ۰,۰۲۰. Because this value is less than ۰,۰۵, the assumption of zero is not verified, and since $r = .۲۷۰$, this relationship is direct. Also, the five assumptions were the relationship between knowledge management and opportunity discovery at a confidence level of ۹۹. The percentage of sig: ۰,۰۰۶ was obtained. Since this value is less than ۰,۰۱, Reject zero assumption Also since $r = .۳۲۶$. This is a direct relationship. But the main assumption of the research is at ۹۵% confidence level since the significance level is ۰,۰۵. And this value is greater than ۰,۰۵. Therefore, the assumption of the research is rejected, Also, the sub-assumptions of one, two, four, six, and seven at the ۹۵ confidence level with sig: ۰,۴۶۲, sig: ۰,۳۱۰, sig: ۰,۸۹۹, sig: ۰,۴۵۹ and sig: ۰,۱۵۱, since these values are more than ۰,۰۵. All five research hypotheses are rejected. **Conclusion:** The results of the research indicate that the professors are alien to the phenomenon of knowledge management or have an existing questionnaire and have not been able to correctly identify the variable.

Key words: knowledge management, entrepreneurship, creativity, internal control, and desire for power

^{۱۴}-Professor of Educational Sciences, Farhangian University, fars branch

^{۱۵}- Senior Expert in Entrepreneurship, Teacher of university,marvdasht branch

^{۱۶}- Accountant, expert in education of university,marvdasht branch