

## تحلیل نقش و اثر مدیریت دانش در شناسایی و تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در دانشگاه تهران

آصف کریمی<sup>۱\*</sup>، محمود احمدپور داریانی<sup>۲</sup>، فاطمه باقرزاده لاکانی<sup>۳</sup>، طیبه عبدلی محمدآبادی<sup>۴</sup>

۱. استادیار دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی، دانشگاه تهران
۲. دانشیار دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران
۳. کارشناس ارشد کارآفرینی، دانشگاه تهران
۴. دانشجوی دکتری کارآفرینی، دانشگاه تهران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۱۲/۱۰؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۰۲/۱۸)

### چکیده

هدف اصلی این تحقیق بررسی تأثیر مدیریت دانش بر شناسایی و تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی است و رویکرد کمی دارد و از نظر شیوه جمع‌آوری داده‌ها، توصیفی - پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش را ۲۹۱ نفر از اعضای هیئت علمی رشته‌های کشاورزی پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران تشکیل می‌دهند که با به‌کارگیری روش نمونه‌گیری طبقه‌ای با انتساب متناسب و فرمول کوکران، تعداد ۱۴۷ نفر انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌ها ابزار پرسشنامه به کار گرفته شد. داده‌های گردآوری شده با به‌کارگیری نرم‌افزارهای SPSS و LISREL تجزیه و تحلیل شد. یافته‌های تحقیق نشان داد سه مؤلفه اصلی مدیریت دانش، به ترتیب، میزان تأثیر بر سازه اصلی مدیریت دانش، شامل تسهیم دانش، کسب دانش و کاربرد دانش است و مهم‌ترین مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه به ترتیب، میزان تأثیر بر سازه اصلی تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه، شامل فرصت‌های تقلیدی، فرصت‌های تدریجی و فرصت‌های نوآورانه هستند. همچنین، مدیریت دانش بر شناسایی و تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران تأثیر مثبت و معنادار دارد.

### کلیدواژگان

فرصت‌های کارآفرینانه، کارآفرینی، مدیریت دانش.

## مقدمه

امروزه افراد برای افزایش عملکرد از دو طریق نوسازی راهبردی و ایجاد فرصت‌های کارآفرینانه و جدید، خود را در فعالیت‌های کارآفرینی درگیر می‌کنند و مدیریت دانش راهی مؤثر برای نوسازی راهبردی و شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه است و به عنوان یک ضرورت در سازمان‌ها نقش آفرینی می‌کند، به طوری که به تازگی بسیاری از سازمان‌ها و شرکت‌ها دریافته‌اند مدیریت دانش محرک بزرگی برای موفقیت و بقای سازمان‌ها است (Ginsburg & Kambil, 1999; Madhoushi & Sadati, 2010). بر این اساس، سازمان‌ها با جمع‌آوری و پیکربندی دانش تازه قادر خواهند بود آن را به عنوان اهرمی برای کسب مزیت‌های راهبردی قرار دهند و توانایی خود را در شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه ارتقا دهند (Stevenson & Jarillo, 1990). اما چگونه فرصت‌های کارآفرینانه و جدید ایجاد می‌شوند؟ و مدیریت دانش چگونه می‌تواند فرایند تشخیص و شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه را بهبود بخشد؟ این مقاله در صدد است مشخص کند آیا مدیریت دانش می‌تواند توانایی افراد را در تشخیص و شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه تقویت کند؟ در ادامه، در این پژوهش ابتدا فرصت‌های کارآفرینانه تشریح می‌شود و انواع آن که شامل فرصت‌های نوآورانه، تدریجی و تقلیدی است، بیان می‌شود. سپس، رویکردهای مدیریت دانش معرفی می‌شود. سپس، بررسی می‌شود آیا رویکرد مدیریت دانش بر فرایند شناسایی و تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه تأثیرگذار است یا خیر.

با توجه به مطالب یادشده و اینکه تاکنون مطالعه جامعی درباره تحلیل نقش و اثر مدیریت دانش بر شناسایی و تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در سطح دانشگاه تهران انجام نگرفته است، هدف اصلی این مقاله، بررسی تأثیر مدیریت دانش بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران است؛ و مهم‌ترین سؤالی که مطرح می‌شود این است که مدیریت دانش چه تأثیری بر شناسایی و تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران دارد؟

### مبانی نظری تحقیق

کارآفرینی نقش مهمی در رشد و شکوفایی اقتصادی کسب و کارها و ایجاد اشتغال بازی می‌کند. لذا بسیاری از دولت‌ها به دنبال ارتقای کارآفرینی می‌باشند (Yeung, 2004). هر چند تعریفی پذیرفته شده از کارآفرینی وجود ندارد، بسیاری از تعریف‌های کارآفرینی در سال‌های اخیر بر تشخیص فرصت<sup>۱</sup> به عنوان مهم‌ترین گام در فرایند کارآفرینی تمرکز کرده‌اند (Hills et al., 1997; Singh, 2010; Ramos-Rodríguez et al., 2010)، که بدون تشخیص فرصت کارآفرینی رخ نمی‌دهد (Singh, 1998).

تشخیص فرصت یک عنصر محوری در فرایند کارآفرینی است و بخش عمده‌ای از پژوهش‌های کارآفرینی به این پرسش اختصاص دارد که چگونه افراد فرصت‌های ایجاد کسب‌وکار را تشخیص می‌دهند؟ انواع و شکل‌های فرصت‌ها چگونه‌اند؟ چه عواملی در تشخیص فرصت‌ها اثرگذارند و افرادی که فرصت‌ها را تشخیص می‌دهند چه ویژگی‌هایی دارند؟ از نظر بسیاری از محققان، تشخیص فرصت و بهره‌برداری از فرصت<sup>۲</sup> تعریف اصلی کارآفرینی است و بررسی‌ها نشان می‌دهد بسیاری از تعریف‌های جدید کارآفرینی به طور قابل ملاحظه‌ای بر تشخیص فرصت به عنوان مهم‌ترین گام در فرایند کارآفرینی تمرکز کرده‌اند (Hills et al., 1997; Meyer et al., 2002). در این راستا، مطالعه‌های متعددی درباره تشخیص فرصت انجام گرفته است و عواملی مانند هوشیاری کارآفرینانه (Gaglio & Katz, 2001)، ویژگی‌های شخصیتی (Ardichvili et al., 2003)، شبکه‌های اجتماعی (Ozgen & Baron, 2007) و تقارن اطلاعات و مدیریت دانش (Shane, 2000) در تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه مؤثر شناخته شده‌اند.

همان‌طور که سازمان‌ها به‌طور فزاینده راهبردهای مبتنی بر کارآفرینی، نوآوری و شناسایی فرصت را به کار می‌گیرند (Meyer & Heppard, 2000)، نیازمند شناسایی محرک‌های اصلی منابع

- 
1. Opportunity Recognition
  2. Opportunity Exploration

انسانی درباره راهبردهای کارآفرینی و شناسایی فرصت نیز می‌باشند. تلاش‌های اخیر برای تعیین حوزه کارآفرینی به فرایند تشخیص و ایجاد فرصت به عنوان هسته اصلی توجه می‌کند. در نتیجه تعداد مطالعه‌هایی که این پدیده را آزمایش می‌کنند در حال افزایش است (Gaglio, 2004). تشخیص فرصت یکی از مهم‌ترین توانایی‌های کارآفرینان موفق در نظر گرفته می‌شود و به همین دلیل، یکی از عوامل مهم بررسی شده در تحقیق‌های کارآفرینی است (Moreno, 2006).

شین و ونکاتارامن کارآفرینی را این گونه تعریف می‌کنند: فعالیتی که شامل کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها است تا کالا و خدمات، با روش‌های سازمان‌دهی، بازارها، فرایندها و مواد خام جدید در طول تلاش‌های سازمان‌دهی جدیدی که از قبل وجود نداشتند، معرفی شوند (Buenstorf, 2007).

### فرصت‌های کارآفرینانه

از دیدگاه کرایزور (۱۹۷۳) فرصت‌هایی در شرایط عدم تعادل اقتصادی وجود دارند که با بهره‌برداری از آنها، اقتصاد از حالت عدم تعادل به حالت تعادل سوق می‌یابد. وی معتقد است فرصت‌ها به این علت وجود دارند که مشارکت‌کنندگان و دست‌اندرکاران بازار نسبت به این حالت عدم تعادل غافل‌اند و کارآفرینان افراد خاصی اند که از این بازارهای ناکارآمد با داشتن اطلاعاتی که دیگران نمی‌دانند، امتیاز کسب می‌کنند (Singh, 1998). چانگ (۲۰۰۴) فرصت کارآفرینانه را درک افراد از امکان‌پذیری و مطلوبیت موقعیتی در آینده می‌داند که می‌توان به عرضه کالا و خدمات نوآورانه به بازار از طریق تأسیس و شکل‌گیری کسب‌وکار جدید، یا بهبود کسب‌وکار موجود اقدام کرد.

### انواع فرصت‌های کارآفرینانه

پژوهشگران انواع مختلف فرصت‌های کارآفرینانه را شناسایی کرده‌اند:

**فرصت‌های نوآورانه:** کارآفرینان موفق، خلاقیت و نوآوری را به وسیله فرآیندی سازمان‌یافته و منظم به نیازها و فرصت‌های بازار پیوند می‌دهند، با فعالیت مستمر و پیگیر به فرصت کارآفرینانه

تبدیل می‌کنند و با راه‌اندازی کسب‌وکار، به آن‌ها عینیت می‌بخشند (نجفی و همکاران، ۱۳۸۲، ص ۲۵). مؤلفه‌هایی مانند محیط، ویژگی‌های کارآفرین و دانش جدید و فناوری نقش بسزایی در شناسایی فرصت‌های نوآورانه دارد که این امر به منزله نیروی مرکزی و بخش اولیه در فرآیند کارآفرینی است (Bygrave & Hofer, 1991). اساساً، فرصت‌های کارآفرینی را می‌توان براساس نوآوری در فن‌آوری به رسمیت شناخت (Siegel & Renko, 2012).

**فرصت‌های تدریجی:** وقتی کارآفرینان در بازار فعالیت می‌کنند در ابتدا باید فرصت‌های کسب‌وکاری را دنبال و شناسایی کنند که در جهت بهبود تدریجی کالاها و خدمات، و فرآیندهای موجود و تقلید از فرصت‌های موجود است (Gaglio & Katz, 2001).

**فرصت‌های تقلیدی:** اگر چه این راهبرد با نوآوری تناقض دارد، از جهت نهادینه کردن روح کارآفرینی در سازمان ارزش بسیار دارد. برخی کارآفرینان کسب‌وکار خود را با تقلید از نظرهای دیگران راه‌اندازی می‌کنند (Clydesdale, 2009) یا اینکه کارهای کارآفرینان ابداعی را مشابه‌سازی و تکرار می‌کنند (احمدپور داریانی، ۱۳۹۱، ص ۴).

## مدیریت دانش

دانش منبع مهم مزیت رقابتی و ایجاد ارزش، و عامل ضروری برای توسعه پایدار و به‌طور کلی، عامل تعیین‌کننده برای شرکت‌ها و سازمان‌ها با آمال جهانی شناخته شده است (Jyoti et al., 2011; Read, 1996).

مدیریت دانش، فرایندی مداوم، منظم و چرخه در حال توسعه است که به افزودن و مدیریت بیشتر و بیشتر دانش در طول زمان منجر می‌شود و این چرخه سه فرایند دارد (Gloet & Terziowski, 2004; Lin & Lee, 2005):

**کسب دانش:** کسب دانش فرایند جست‌وجو، کشف، ذخیره و بازیابی دانش مناسب در درون و بیرون سازمان است (Chen & Huang, 2009). به منظور شناسایی سازوکار اکتساب دانش می‌توان آن را در دو طبقه قرار داد: منبع درون سازمان و منبع بیرون از سازمان (McGraw & Harbison-Briggs, 1989; Politis, 2005; Rolandi, 1986). منبع درونی اکتساب دانش: ذهن کارکنان (دانش تلویحی و

مستتر)، یا پایگاه داده‌های سازمان که به شکل اطلاعات کدگذاری شده است. منبع بیرونی اکتساب دانش، که دانش جدید را وارد سازمان می‌کند از دو طریق الگوبرداری و همکاری بین سازمانی صورت می‌پذیرد (Chen & Huang, 2009; McGraw & Harbison-Briggs, 1989).

**فرایند تسهیم دانش:** تسهیم دانش به انتشار، تبادل و به اشتراک‌گذاری دانش‌های خلق شده، کسب شده و ذخیره شده در سازمان (Yaghi et al., 2011) با جلسات بحث گروهی، سؤال و جواب از نخبگان و یا حتی ارسال رایانامه به اعضای سازمان تعریف می‌شود (Liao & Hu, 2007).

**کاربرد دانش:** فعالیت فکری که از طریق افکار و اعمال مختلف آشکار می‌شود (Limberg, 1998). از دیدگاه اکثر پژوهشگران، این فرآیند مهم‌ترین مرحله مدیریت دانش است (Lakani et al., 2014). کاربرد دانش در عملکرد کار، به‌ویژه بهره‌وری پژوهشی اعضای هیئت علمی در هر سیستم دانشگاهی نقش حیاتی ایفا می‌کند (Okonedo & Popoola, 2012).

### نقش نظام مدیریت دانش در شناسایی و تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه

سازمان‌ها برای افزایش عملکرد از دو طریق نوسازی استراتژیک و شناسایی و ایجاد فرصت‌های جدید و کارآفرینانه، کارآفرینی می‌کنند (Stevenson & Jarillo, 1990). مدیریت دانش رویکردی است که دانش و مهارت سازمانی را به منظور ایجاد ارزش و ارتقای اثربخشی سازمانی، تقویت می‌کند (Gold et al., 2001). از این رو، شرکت‌هایی که سطوح بالاتری از مدیریت دانش دارند، می‌توانند توانایی‌شان را در پاسخ به تغییرهای سریع و توسعه نظریات نوآورانه و نوآوری در محصول و خدمت ارتقا دهند (Scarborough, 2003). مدیریت دانش پشتیبان نوآوری و شناسایی فرصت‌ها و ایده‌های جدید و کارآفرینانه در سازمان است و تأثیر مثبت و شگرفی در بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه در سازمان دارد. بر این اساس، باید برای پیاده‌سازی مدیریت دانش در سازمان به منظور ایجاد فرهنگ مشترک به منظور حداکثرسازی شناسایی و تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه به منظور بهبود عملکرد نوآوری که موجب ایجاد مزیت رقابتی برای سازمان‌ها و شرکت‌ها می‌شود، تلاش کرد (Ibarra, 1993; Jiang & Li, 2009).

طی دهه‌های گذشته، تحقیقات تجربی زیادی در زمینه رابطه فعالیت‌های مدیریت دانش و

شناسایی و تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه انجام نگرفته است. در نوشتار حاضر، تأثیر مؤلفه‌های مختلف مدیریت دانش از جمله کسب دانش، تسهیم دانش و کاربرد دانش بر شناسایی و تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه بررسی شده است. وجه مشترک اغلب تحقیق‌ها در حوزه تشخیص فرصت، حاکی از نقش اساسی مدیریت اطلاعات و دانش در این فرایند است. رویکردها و دیدگاه‌های متفاوت اتفاق نظر دارند که به منظور شناسایی فرصت برای ایجاد کسب‌وکارهای جدید، کارآفرینان باید به شکلی اطلاعات مربوط به صنایع خاص، فناوری، بازارها، سیاست‌های دولت و عوامل دیگر را جمع‌آوری، تفسیر و مدیریت کنند و به‌کار گیرند. چنین اطلاعات و دانشی، نقش مهمی در بررسی اولیه فرصت و در امکان‌سنجی فرصت کشف‌شده برای خلق کسب‌وکار جدید خواهد داشت (Ozgen & Baron, 2007).

کوراتکو و ولج<sup>۱</sup> (۲۰۰۱) نیز مدیریت دانش و اطلاعات را پیش‌نیاز اصلی تشخیص فرصت می‌دانند. به طور مشابهی مطالعه‌های بوستتیز (۱۹۹۶) و ساراسوارثی (۱۹۹۸) بیان‌کننده این مطلب است که فقط افراد خاصی توانایی تشخیص فرصت‌ها را دارند، زیرا این افراد اطلاعات و دانش را به شیوه مؤثرتری نسبت به دیگران، جمع‌آوری، تفسیر و مدیریت می‌کنند (Busenitz, 1996; Sarasvathy et al., 1998). موریس و همکاران (۲۰۱۱) در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که به‌کارگیری اصول مدیریت کارآفرینانه و مدیریت دانش با تحریک کارآفرینی سازمانی باعث شناسایی، خلق، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه خواهد شد (Morris et al., 2011). در تحقیقی نشان داده شد شرکت‌هایی که دانش را از درون و بیرون سازمان کسب می‌کنند، می‌توانند عدم اطمینان را کاهش دهند، فرصت‌های بیشتری را کشف و به مزیت‌های فنی و فناوریانه بیشتری دست پیدا کنند؛ بدین جهت در محصولات و خدمات‌های خود نوآوری ایجاد می‌کنند (Sarin & McDermott, 2003).

---

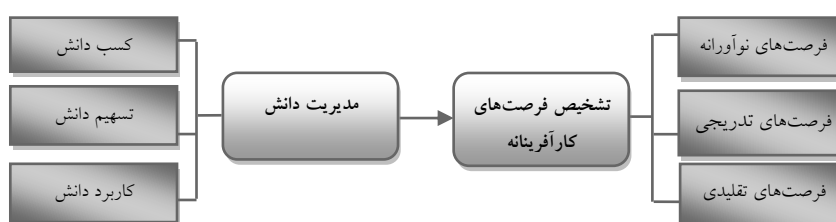
1. Kuratko & Welsch

با توجه به اهمیت انکارناپذیر مدیریت دانش و نقش مهم آن در شناسایی و تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه، هدف کلی تحقیق حاضر، بررسی تأثیر مدیریت دانش بر شناسایی و تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه است.

با توجه به چارچوب مفهومی تحقیق، فرضیه اصلی پژوهش به شرح زیر است:

- مدیریت دانش بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران تأثیر مثبت و معناداری دارد.

در قالب هدف کلی اشاره شده و بر اساس مرور مبانی نظری و مطالعات تجربی مرتبط، مدل مفهومی پژوهش طراحی شده است (شکل ۱).



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

## روش تحقیق

تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نوع تحقیقات علی-ارتباطی است. جامعه آماری این پژوهش را ۲۹۱ نفر از اعضای هیئت علمی رشته‌های کشاورزی پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران تشکیل می‌دهند که با به‌کارگیری روش نمونه‌گیری طبقه‌ای با انتساب متناسب و با فرمول کوکران تعداد ۱۴۷ نفر انتخاب شدند.

ابزار تحقیق پرسشنامه‌ای شامل سه بخش بود. جدول ۱ بخش‌های مختلف پرسشنامه را نشان می‌دهد. به منظور سنجش میزان اعتبار ابزار اندازه‌گیری پس از تهیه و تدوین پرسشنامه، نظرها و پیشنهادهای چند تن از متخصصان و صاحب‌نظران فن (روایی صوری)<sup>۱</sup> به‌کار گرفته شد و روایی آن

1. Face Validity



تأیید شد. جهت تعیین پایایی ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد که نتایج آن در جدول ۱ بیان شده است. داده‌های حاصل از پرسشنامه‌ها کدگذاری شد و با به‌کارگیری نرم‌افزارهای SPSS و LISREL تجزیه و تحلیل آماری شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها مدل معادلات ساختاری به کار گرفته شد.

جدول ۱. معرفی بخش‌های مختلف پرسشنامه و ضرایب آلفای کرونباخ

بخش	زیربخش	تعداد گویه‌ها	آلفا کرونباخ
ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای	سن، تحصیلات، مدرک تحصیلی و جز آن	-	-
	فرصت‌های نوآورانه	۴	۰,۸۹
	فرصت‌های تدریجی	۶	۰,۹۱
تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه	فرصت‌های تقلیدی	۵	۰,۸۸
	کسب دانش	۵	۰,۸۵
مدیریت دانش	تسهیم دانش	۴	۰,۸۷
	کاربرد دانش	۵	۰,۷۹

### تجزیه و تحلیل داده‌ها

نتایج نشان داد میانگین سنی پاسخگویان تحقیق تقریباً ۴۷ سال (انحراف معیار ۶,۳۴) بوده و اکثر افراد مورد مطالعه در طبقات سنی ۴۰ تا ۵۰ سال قرار دارند. ۷۶ درصد افراد مورد مطالعه مرد و ۲۴ درصد نیز زن بوده‌اند. حدود ۷۹ درصد افراد مورد مطالعه متأهل و ۹۱ درصد سطح تحصیلات دکتری بوده‌اند و حدود ۴۳ درصد نیز بیشتر از ۱۳ سال سابقه کار در حرفه خود دارند.

### بررسی مدل‌های اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش

#### مدل اندازه‌گیری مدیریت دانش در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران

در این مرحله برای ارزیابی نقش سه سازه خرد (کسب دانش، تسهیم دانش و کاربرد دانش) در شکل‌گیری و تشکیل مدیریت دانش در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران روش تحلیل عاملی مرتبه دوم به کار گرفته شد. براساس نتایج به دست آمده در جدول ۲، مقادیر تی

به دست آمده برای همه متغیرهای مورد مطالعه از ۱/۹۶ بزرگتر است. در نتیجه، روابط این متغیرها با عامل‌های مربوطه معنی دار شده است. همچنین، نتایج نشان می‌دهد برای همه سازه‌ها مقادیر شاخص‌های AVE<sup>۱</sup> و CR<sup>۲</sup> قابل قبول است. به عبارت دیگر، یافته‌های این بخش نشان می‌دهد همه نشانگرهای انتخابی برای سنجش سازه مدیریت دانش در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران از دقت کافی برخوردار بوده‌اند، از این رو، شاخص‌های به کار گرفته شده با زیربنای مبانی نظری تحقیق تطابق قابل قبولی را نشان می‌دهند.

جدول ۲. بارهای عاملی نشانگرها و سازه مدیریت دانش در قالب مدل اندازه‌گیری

سازه	نماد در مدل	پارامتر برآورد شده	تی	CR	AVE
کسب دانش	Kn acqui 1	۰/۶۷۸	-	۰/۸۹۳	۰/۹۱۳
	Kn acqui 2	۰/۷۸۹	۹/۸۲۹		
	Kn acqui 3	۰/۸۸۹	۹/۶۶۰		
	Kn acqui 4	۰/۹۰۱	۶/۴۶۸		
	Kn acqui 5	۰/۸۷۶	۵/۸۸۱		
	Kn acqui 6	۰/۸۱۶	۷/۷۳۰		
	Kn acqui 7	۰/۸۴۷	۷/۸۸۳		
تسهیل دانش	Kn shari 1	۰/۸۷۱	-	۰/۹۰۱	۰/۹۲۳
	Kn shari 2	۰/۸۲۹	۵/۶۳۹		
	Kn shari 3	۰/۸۵۱	۴/۸۸۳		
	Kn shari 4	۰/۸۹۰	۹/۶۹۰		
	Kn shari 5	۰/۸۸۴	۳/۴۳۱		
	Kn shari 6	۰/۸۳۷	۸/۷۹۴		
کاربرد دانش	Kn utiliz 1	۰/۷۸۳	-	۰/۸۴۱	۰/۸۹۰
	Kn utiliz 2	۰/۷۳۴	۶/۷۶۱		
	Kn utiliz 3	۰/۷۹۱	۵/۶۸۳		
	Kn utiliz 4	۰/۷۲۳	۴/۳۷۰		
	Kn utiliz 5	۰/۸۱۸	۹/۶۰۲		

1. Average Variance Extracted
2. Composite Reliability

در این قسمت، مقادیر بارهای عاملی بین سازه‌ها (مقادیر ضریب گاما) بیان شده است. در جدول ۳، رتبه‌بندی اثر سازه‌های مرتبه اول در تشکیل سازه مرتبه دوم، همراه با مقدار تی و بارهای عاملی هر یک از عامل‌ها نشان داده شده است.

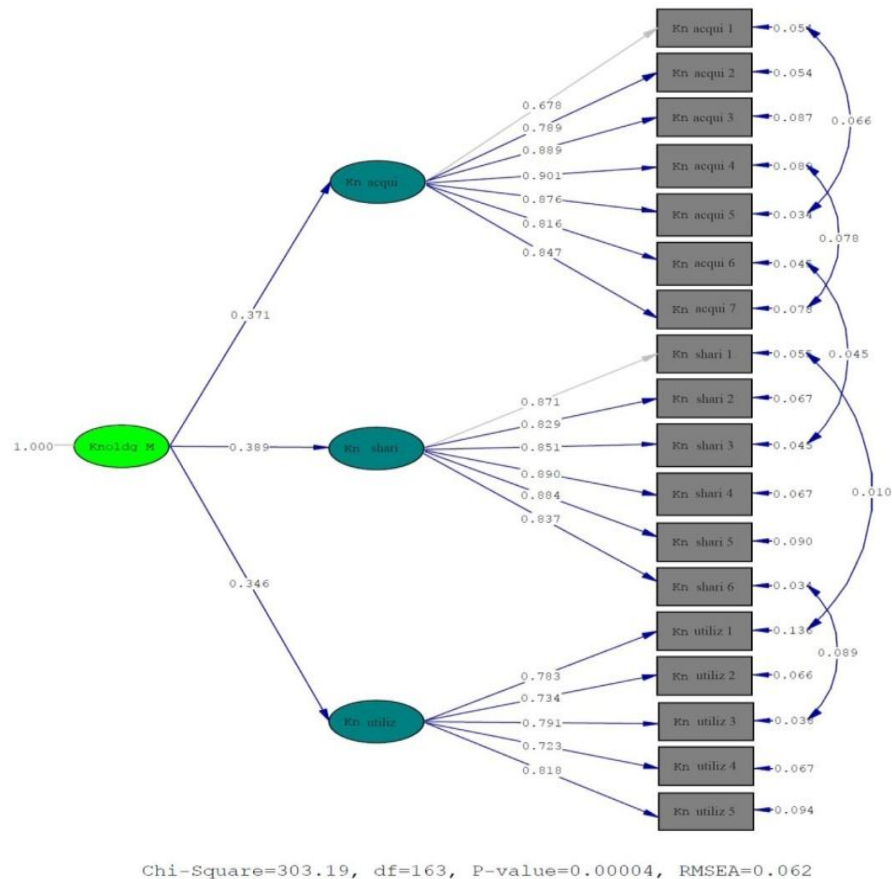
جدول ۳. رتبه‌بندی اثر سازه‌های مرتبه اول در تشکیل سازه مرتبه دوم بر اساس بار عاملی

رتبه	سازه مرتبه اول بر سازه مرتبه دوم	ضریب گاما	تی	ضریب معناداری
۱	تسهیم دانش	۰,۳۸۹	۹,۴۵۶	۰,۰۱
۲	کسب دانش	۰,۳۷۱	۸,۶۴۵	۰,۰۱
۳	کاربرد دانش	۰,۳۴۶	۸,۵۶۱	۰,۰۱

مقادیر ضریب گاما می‌توانند شدت رابطه عامل‌های مرتبه اول و عامل مرتبه دوم را نشان دهند. در این تحقیق تسهیم دانش ( $\lambda = ۰,۳۸۹$ ) به عنوان قوی‌ترین سازه مرتبط با مدیریت دانش در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران شناسایی شد. به دنبال آن سازه‌های دیگر قرار می‌گیرند. که مقدار معنادار تی برای همه آن‌ها معنادار است ( $t > ۱,۹۶$ ). این مدل نشان می‌دهد مدیریت دانش در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران تابعی از سه سازه تسهیم دانش، کسب دانش و کاربرد دانش است یعنی آن که مدیریت دانش در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران در قالب این سه سازه تبلور پیدا می‌کند که در این میان نقش تسهیم دانش از سازه‌های دیگر بیشتر است. لذا ساختار مدل حاضر قابل قبول است. همچنین، با توجه به شاخص‌های برازندگی که در جدول ۴ ملاحظه می‌شود، مدل اندازه‌گیری مدیریت دانش در ادامه نشان داده شده است، برای برازش روابط بین سازه‌ها و نشانگرهای مربوط به آن‌ها معتبر و قابل قبول است (شکل ۲).

جدول ۴. شاخص‌های برازندگی مدل اندازه‌گیری مدیریت دانش

شاخص	$\frac{\chi^2}{df}$	NFI	NNFI	CFI	GFI	AGFI	RMSEA
محدوده قابل قبول	$\leq 3$	$\geq 0,90$	$\geq 0,90$	$\geq 0,90$	$\geq 0,90$	$\geq 0,90$	$\leq 0,10$
مقدار گزارش شده	۱,۸۶۰	۰,۹۳	۰,۹۰	۰,۹۰	۰,۹۱	۰,۹۲	۰,۰۶۲



شکل ۲. مدل اندازه‌گیری برآزش‌یافته مدیریت دانش در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران

### مدل اندازه‌گیری تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه

در این مرحله برای ارزیابی نقش سه سازه خرد (فرصت‌های نوآورانه، فرصت‌های تدریجی و فرصت‌های تقلیدی) در شکل‌گیری و تشکیل تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه، به دلیل نوع آثار علی در مدل انتزاعی تحقیق، روش تحلیل عاملی مرتبه دوم به کار گرفته شد. براساس یافته‌های پژوهش، همه نشانگرهای انتخابی برای سنجش سازه تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در پردیس

کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران از دقت لازم و کافی برخوردارند و با زیربنای نظری تحقیق تطابق قابل قبولی را نشان می‌دهند.

جدول ۵. بارهای عاملی نشانگرها و سازه تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در قالب مدل اندازه‌گیری

سازه	نماد در مدل	پارامتر برآورد شده	تی	CR	AVE
فرصت‌های نوآورانه	Inovt1	۰,۸۶۳	-	۰,۸۳۱	۰,۹۰۲
	Inovt2	۰,۸۳۱	۳,۹۸۴		
	Inovt3	۰,۷۲۵	۵,۷۲۶		
	Inovt4	۰,۷۷۹	۲,۵۷۹		
	Inovt5	۰,۸۷۱	۳,۹۸۴		
	Inovt6	۰,۹۰۱	۳,۲۶۳		
فرصت‌های تدریجی	Incre1	۰,۷۸۲	-	۰,۸۰۱	۰,۸۵۹
	Incre2	۰,۷۳۷	۴,۶۷۴		
	Incre3	۰,۸۳۶	۳,۷۶۹		
	Incre4	۰,۸۴۶	۲,۴۳۸		
	Incre5	۰,۷۴۸	۲,۶۶۷		
فرصت‌های تقلیدی	Imitat1	۰,۶۹۸	-	۰,۸۴۱	۰,۸۸۰
	Imitat2	۰,۷۸۶	۲,۶۶۴		
	Imitat3	۰,۸۱۷	۳,۴۳۶		
	Imitat4	۰,۷۹۸	۲,۶۶۴		
	Imitat5	۰,۸۰۹	۳,۵۴۷		
	Imitat6	۰,۸۸۱	۳,۲۱۳		

همان‌طور که در جدول ۵ مشخص است، اکثر شاخص‌ها به‌درستی انتخاب شده‌اند، به عبارت دیگر، مقدار تی شاخص‌ها بالاتر از ۱/۹۶ است، لذا در سطح ۰/۰۱ معنی دارند. این نتایج نشان می‌دهد همه نشانگرهای انتخابی برای سنجش سازه تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه از دقت لازم و کافی برخوردارند. لذا می‌توان گفت شاخص‌های به‌کارگرفته شده با زیربنای نظری تحقیق تطابق دارد. در جدول ۶، رتبه‌بندی اثر سازه‌های مرتبه اول در تشکیل سازه مرتبه دوم، همراه با مقدار تی و بارهای عاملی هر یک از عامل‌ها نشان داده شده است.

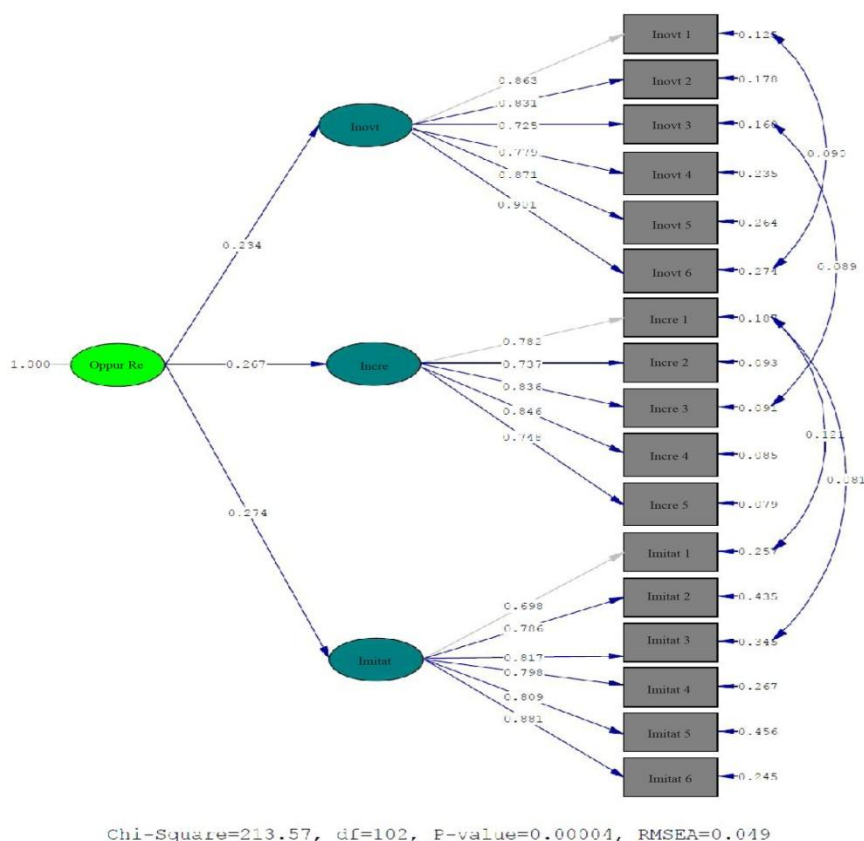
جدول ۶. رتبه‌بندی اثر سازه‌های مرتبه اول در تشکیل سازه مرتبه دوم براساس بار عاملی

رتبه	سازه مرتبه اول بر سازه مرتبه دوم	ضریب گاما	تی	ضریب معناداری
۱	فرصت‌های تقلیدی	۰٫۲۷۴	۱۲٫۴۷۸	۰٫۰۱
۲	فرصت‌های تدریجی	۰٫۲۶۷	۱۱٫۸۹۳	۰٫۰۱
۳	فرصت‌های نوآورانه	۰٫۲۳۴	۱۱٫۵۶۹	۰٫۰۱

مقادیر ضریب گاما شدت رابطه عامل‌های مرتبه اول و عامل مرتبه دوم را نشان می‌دهد. در این تحقیق فرصت‌های تقلیدی ( $\lambda = 0,274$ ) به عنوان قوی‌ترین سازه مرتبط با تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران شناسایی شد. به دنبال آن سازه‌های دیگر قرار می‌گیرند. که مقدار تی همگی معنادار است ( $t > 1,96$ ). این مدل نشان می‌دهد تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه تابعی از سه سازه فرصت‌های نوآورانه، فرصت‌های تدریجی و فرصت‌های تقلیدی است؛ یعنی تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران در قالب این سه سازه تبلور پیدا می‌کند که در این میان نقش فرصت‌های تقلیدی از سازه‌های دیگر بیشتر است. لذا ساختار مدل حاضر با توجه به معنی‌داری هر سه سازه زیربنای قابل قبولی جهت قبول ارتباط بین سازه‌ها دارد. همچنین، با توجه به شاخص‌های برازندگی که در جدول ۷ ملاحظه می‌شود، می‌توان گفت که مدل اندازه‌گیری تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران برای برازش روابط بین سازه‌ها و نشانگرهای مربوط به آن‌ها معتبر و قابل قبول است (شکل ۳).

جدول ۷. شاخص‌های برازندگی مدل اندازه‌گیری فرصت‌های کارآفرینانه

شاخص	$\frac{\chi^2}{df}$	NFI	NNFI	CFI	GFI	AGFI	RMSEA
محدوده قابل قبول	$\leq 3$	$\leq 0,90$	$\leq 0,90$	$\leq 0,90$	$\leq 0,90$	$\leq 0,90$	$\leq 0,10$
مقدار گزارش شده	۲٫۰۹	۰٫۹۲	۰٫۹۱	۰٫۹۰	۰٫۹۲	۰٫۹۰	۰٫۰۴۹



شکل ۳. مدل اندازه‌گیری برآزش‌یافته فرصت‌های کارآفرینانه

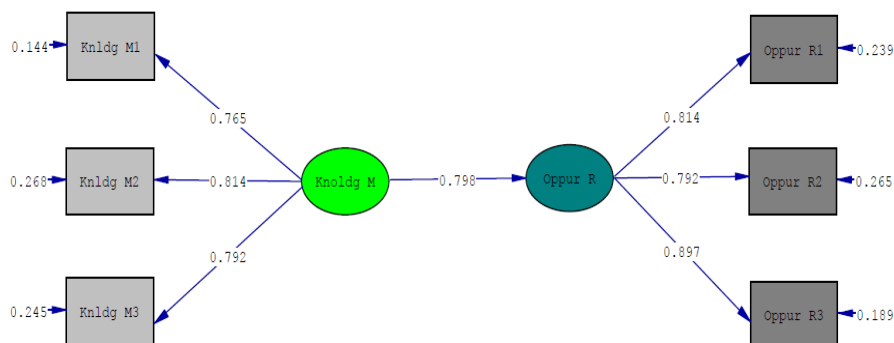
### مدل ساختاری تحقیق

دومین مرحله در برآورد مدل، برآورد مدل ساختاری یا آزمون معنی‌داری ضرایب مسیر فرض‌شده در مدل تحقیق و واریانس تشریح‌شده یا ضریب تبیینی است که به وسیله هر مسیر برآورد می‌شود. در این مرحله، فرضیه اصلی تحقیق آزمون می‌شود. مدل معادلات ساختاری در شکل ۴ براساس نتایج تحلیل‌های عاملی تأییدی در بخش‌های قبل توسعه یافته است. براساس نتایج آزمون مدل، می‌توان نتیجه گرفت ساختار مدل مناسب است. همچنین، در شکل ۴، ضرایب مسیر استانداردشده

نشان داده شده است. براساس نتایج تحقیق، مقدار ضریب مسیر برای دو متغیر مدیریت دانش و تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران برابر با ۰٫۷۹۸ است که مقدار تی بالاتر از ۱٫۹۶ دارد و در سطح ۰٫۰۱ درصد معنی‌دار است. لذا فرض صفر رد و فرض تحقیق پذیرفته می‌شود که بیان می‌کند مدیریت دانش بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران اثر معنی‌داری دارد. همچنین، با توجه به مقدار مثبت ضریب مسیر مشخص می‌شود که مدیریت دانش سبب تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران می‌شود و آن را تقویت می‌کند. با توجه به شاخص‌های برازندگی، مدل ساختاری طراحی شده برای برازش و بررسی روابط بین سازه‌ها معتبر و قابل قبول است (شکل ۴).

جدول ۸. شاخص‌های برازندگی مدل ساختاری تحقیق

شاخص	$\frac{\chi^2}{df}$	NFI	NNFI	CFI	GFI	AGFI	RMSEA
محدوده قابل قبول	$\leq 3$	$\geq 0.90$	$\geq 0.90$	$\geq 0.90$	$\geq 0.90$	$\geq 0.90$	$\leq 0.10$
مقدار گزارش شده	۲٫۵۵۴	۰٫۹۱	۰٫۹۵	۰٫۹۳	۰٫۹۰	۰٫۹۶	۰٫۰۶۷



Chi-Square=211.50, df=95, P-value=0.00079, RMSEA=0.069

شکل ۴. مدل ساختاری برازش‌یافته تحقیق



## بحث و نتیجه‌گیری

هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی تأثیر مدیریت دانش بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران است. براساس نتایج، همه نشانگرهای انتخابی برای سنجش سازه مدیریت دانش از دقت لازم برخوردارند و با زیربنای نظری پژوهش تطابق دارند. یافته‌های تحقیق نشان داد مهم‌ترین مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده مدیریت دانش به ترتیب، میزان تأثیر بر سازه اصلی مدیریت دانش، شامل تسهیم دانش، کسب دانش و کاربرد دانش است و تسهیم دانش ( $\lambda = 0,389$ ) به عنوان قوی‌ترین سازه مرتبط با مدیریت دانش شناسایی شد. ویگ (۱۹۹۷)، گلوت و ترزیوسکی (۲۰۰۴) و لین و لی (۲۰۰۵) مدیریت دانش را فرایندی مداوم، منظم و چرخه‌ای در حال توسعه می‌دانند که به افزودن و مدیریت بیشتر و بیشتر دانش در طول زمان منجر می‌شود و در بر گیرنده سه فرایند کسب دانش، تسهیم دانش و کاربرد دانش است (Gloet & Terziowski, 2004). چن و هوآنگ (۲۰۰۹) و مک‌گرو و هاریسون بریگز (۱۹۸۹) در پژوهش خود کسب دانش را به عنوان یکی از عوامل مدیریت دانش شناسایی و بررسی کردند. پلایتس (۲۰۰۲؛ ۲۰۰۵)، لیاو و هو (۲۰۰۷) و اوکوندو و پوپلا (۲۰۱۲) در پژوهش خود تسهیم دانش در سازمان‌ها را یکی از عوامل اصلی مدیریت دانش در نظر گرفتند. همچنین، پژوهش‌های گذشته نشان‌دهنده این است که تسهیم دانش یکی از اجزای ضروری فرایند مدیریت دانش در تبادل اطلاعات و انتقال دانش در بین کارکنان دانشگاهی در هر سیستم دانشگاهی است (Petrides & Nodine, 2003). لذا توجه به آن در دانشگاه‌ها، به‌ویژه پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران امری ضروری است. با توجه به نتایج، مدیریت دانش مفهومی چندبعدی محسوب می‌شود و سازه‌ای کلی متشکل از سه مؤلفه کسب دانش، تسهیم دانش و کاربرد دانش است که باید به آن در سازمان‌ها به منظور توسعه کارآفرینی هر سه مؤلفه به‌طور جامع و نظام‌مند توجه شود.

همچنین، یافته‌های پژوهش نشان داد نشانگرهای مورد مطالعه برای سنجش سازه تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه از دقت لازم برخوردار است و با زیربنای نظری تحقیق تطابق دارد. براساس نتایج، سه مؤلفه اصلی تشکیل‌دهنده تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در پردیس

کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران به ترتیب، میزان تأثیر بر سازه اصلی تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه، شامل فرصت‌های تقلیدی، فرصت‌های تدریجی و فرصت‌های نوآورانه است. که از بین سه سازه مورد مطالعه، سازه فرصت‌های تقلیدی ( $\lambda = 0.274$ ) قوی‌ترین سازه مرتبط با تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه شناخته شد. استیونسون و گامپرت (۱۹۸۵)، وسپر (۱۹۹۳)، اسپنکل (۲۰۰۵) و بارون (۲۰۰۶) در مطالعات خود به شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه اهمیت دادند و آن را امری ضروری در روند رشد جوامع و کارآفرینی معرفی کردند. همچنین، شومپیتر (۱۹۳۴)، چانگ (۲۰۰۴)، ایرلند و وب (۲۰۰۷) و سیگل و رنکو (۲۰۱۲) بر فرصت‌های نوآورانه تأکید کردند. فرصت‌های تدریجی در مقابل فرصت‌های رادیکال یا نوآورانه قرار می‌گیرند که گالگیو و کتز (۲۰۰۱) در تحقیقات خود این موضوع را بررسی کردند. همچنین، درباره فرصت‌های تقلیدی احمدپور داریانی (۱۳۹۱) بیان می‌کند اگر چه این راهبرد با خود نوآوری تناقض دارد، اما از جهت نهادینه کردن روح کارآفرینی در سازمان ارزش بسیار دارد. کالیدسدل (۲۰۰۹) درباره فرصت‌های تقلیدی بیان می‌کند برخی کارآفرینان کسب‌وکار خود را با کپی‌برداری از نظرهای دیگران راه‌اندازی می‌کنند، با این انگیزه که می‌توانند همان کار را به نحو بهتری پیاده‌سازی کنند. با توجه به نتایج، فرصت‌های کارآفرینانه به عنوان سازه‌ای کلی متشکل از سه مؤلفه فرصت‌های تقلیدی، فرصت‌های تدریجی و فرصت‌های نوآورانه است و برای توسعه و پیشرفت سازمان‌ها و کارآفرینی سازمانی توجه به این عوامل ضروری است به طوری که بی‌توجهی به آن عدم پیشرفت و عقب‌ماندگی سازمان‌ها در رشد و ارتقای سازمان در دنیای رقابتی کنونی منجر می‌شود.

براساس نتایج مدل ساختاری، مدیریت دانش بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران تأثیرگذار است و مؤلفه‌های تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه به شدت تحت تأثیر مدیریت دانش قرار دارد. به عبارت دیگر، با بهبود مدیریت دانش در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران، تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در این پردیس افزایش می‌یابد و تقویت خواهد شد. در واقع، مدیریت دانش عاملی زیربنایی در تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه است. در این زمینه، کوراتکو و ولچ (۲۰۰۱) مدیریت دانش و اطلاعات را

پیش‌نیاز اصلی تشخیص فرصت می‌دانند. بوستتیز (۱۹۹۶)، ساراسوارثی (۱۹۹۸)، سارین و مک‌درموت (۲۰۰۳)، کینگ و همکاران (۲۰۰۸) و موریس و همکاران (۲۰۱۱) نیز بر اهمیت مدیریت دانش در تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه تأکید کردند (Busenitz, 1996; King, et al., 2008; Morris, et al., 2011; Sarasvathy, et al., 1998; Sarin & McDermott, 2003).

به‌طور کلی با در نظر گرفتن اهمیت و تأثیرگذاری مدیریت دانش بر ابعاد تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه نمونه مورد مطالعه، هر گونه تلاشی در جهت تقویت اثربخش مدیریت دانش در نمونه تحقیق در نهایت، به بهبود تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه منجر می‌شود.

### پیشنهادها

با توجه به تأثیر مثبت و معنادار مدیریت دانش بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران توجه به ابعاد مدیریت دانش در این پردیس اهمیت دارد و مسئولین باید به این امر توجه بسزایی داشته باشند، به‌طوری که با در اختیار قرار دادن فرصت‌های مطالعاتی برای اعضای هیئت علمی و برگزاری دوره‌های آموزشی درون‌سازمانی، سمینارها و کارگاه‌های مدیریت دانش، کارآفرینی و جز آن، وضعیت مؤلفه‌های مدیریت دانش برای اعضای هیئت علمی بهبود داده شود و از طریق بهبود وضعیت مؤلفه‌های مدیریت دانش، زمینه‌های لازم برای شناسایی و تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه برای این افراد فراهم شود.

- تربیت مربیان و مشاوران متخصص در حوزه مدیریت دانش و تشخیص فرصت‌ها؛
- تلاش در جهت کمک به بهبود مدیریت دانش در بین استادان از طریق کمک و آموزش آن‌ها به منظور به‌کارگیری مؤلفه‌های مدیریت دانش برای بهره‌گیری از فرصت‌های کارآفرینانه موجود؛
- افزایش شرکت در نمایشگاه‌های تخصصی داخلی و بین‌المللی به منظور آشنایی با روش‌های مدیریت دانش و شناسایی فرصت؛
- استمرار نظام‌های مناسب به منظور کارورزی استادان در زمینه‌های ارتباط مدیریت دانش و تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه.

## منابع و مأخذ

۱. احمدپور داریانی، محمود (۱۳۹۱). کارآفرینی (تعاریف، نظریات و الگوها)، تهران، انتشارات جاجرمی.
۲. نجفی توانی، ز؛ سعیدی کیا، م و ابوالعایی، ف (۱۳۸۲). آشنایی با کارآفرینی. تهران، انتشارات سپاس.
3. Aliaga-Isla, R.; Rialp, A. (2012). "How Do Information and Experience Play a Role in the Discovery of Entrepreneurial Opportunities? The Case of Latin-American Immigrants in Barcelona". *Latin American Business Review*, 13(1), 59-80.
4. Ardichvili, A.; Cardozo, R.; Ray, S. (2003). "A theory of entrepreneurial opportunity identification and development". *Journal of business Venturing*, 18(1), 105-123.
5. Baron, R. A. (2006). "Opportunity recognition as pattern recognition: How entrepreneurs "connect the dots" to identify new business opportunities". *The Academy of Management Perspectives*, 20(1), 104-119.
6. Buenstorf, G. (2007). "Creation and pursuit of entrepreneurial opportunities: An evolutionary economics perspective". *Small Business Economics*, 28(4), 323-337.
7. Busenitz, L. W. (1996). "Research on entrepreneurial alertness". *Journal of small business management*, 34(4), 35-44.
8. Bygrave, W. D., & Hofer, C. W. (1991). "Theorizing about Entrepreneurship". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), 3-22.
9. Chen, C.-J.; Huang, J.-W. (2009). "Strategic human resource practices and innovation performance—The mediating role of knowledge management capacity". *Journal of Business Research*, 62(1), 104-114.
10. Clydesdale, G. (2009). *Entrepreneurial opportunity: the right place at the right time*: Routledge.
11. Gaglio, C. M. (2004). "The role of mental simulations and counterfactual Thinking in the opportunity identification process". *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 28(6), 533-552.
12. Gaglio, C. M.; Katz, J. A. (2001). "The psychological basis of opportunity identification: Entrepreneurial alertness". *Small Business Economics*, 16(2), 95-111.
13. Ginsburg, M.; Kambil, A. (1999). *Annotate: A web-based knowledge management support system for document collections*. Paper presented at the System Sciences, HICSS-32. Proceedings of the 32nd Annual Hawaii International Conference on.
14. Gloet, M.; Terziovski. (2004). "Exploring the relationship between practices and innovation performance". *Journal of Manufacturing Technology Management*, 15(5), 402-409.

15. Gold, A. H.; Malhotra, A.; Segars, A. H. (2001). "Knowledge management: an organizational capabilities perspective". *Management Information Systems*, 18(1), 185-214.
16. Hills, G. E., Lumpkin, G. T.; Singh, R. P. (1997). "Opportunity recognition: Perceptions and behaviors of entrepreneurs". *Frontiers of entrepreneurship research*, 17, 168-182.
17. Hoffman, J.; Hoelscher, M.; Sherif, K. (2005). "Social capital, knowledge management, and sustained superior performance". *Knowledge Management*, 9(3), 93-100.
18. Ibarra, H. (1993). "Network centrality, power, and innovation involvement: Determinants of technical and administrative roles". *Academy of Management Journal*, 36(3), 471-501.
19. Ireland, R. D.; Webb, J. W. (2007). "Strategic entrepreneurship: Creating competitive advantage through streams of innovation". *Business Horizons*, 50(1), 49-59.
20. Jiang, X.; Li, Y. (2009). "An empirical investigation of knowledge management and innovative performance: The case of alliances". *Research Policy*, 38(2), 358-368.
21. King, W. R.; Marks, J.; Peter, V. (2008). "Motivating knowledge sharing through a knowledge management system". *Omega*, 36(1), 131-146.
22. Lakani, F. B.; Karimi, A.; Dariani, M. A. (2014). "Investigating the Impact of Knowledge Management on Entrepreneurial Opportunities Recognition in University College of Agriculture and Natural Resources University of Tehran by Using Structural Equations Mode". *Research in Business Economics and Management*, 4(3), 301-325.
23. Liao, S.-H.; Hu, T.-C. (2007). "Knowledge transfer and competitive advantage on environmental uncertainty: An empirical study of the Taiwan semiconductor industry". *Technovation*, 27(6), 402-411.
24. Limberg, L. (1998). *To seek information for learning: a study of interaction between information seeking and learning*. Boras Sweden, Valfrid.
25. Lin, H.-F.; Lee, G.-G. (2005). "Impact of organizational learning and knowledge management factors on e-business adoption". *Management Decision*, 43(2), 171-188.
26. Madhoushi, M.; Sadati, A. (2010). *Knowledge management, antecedent of organizational innovation and competitiveness*. Paper presented at the Proceedings of the European Conference on Intellectual Capital.
27. McGraw, K. L.; Harbison-Briggs, K. (1989). *Knowledge acquisition: Principles and guidelines*. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall.
28. Meyer, G. D.; Heppard, K. A. (2000). *Entrepreneurship as strategy: Competing on the entrepreneurial edge*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
29. Meyer, G. D.; Neck, H. M.; Meeks, M. D. (2002). "The entrepreneurship-strategic management interface". *Strategic entrepreneurship: Creating a new mindset*, 19-44.
30. Moreno, J. D. (2006). "An Empirical Analysis of entrepreneurial opportunity identification and their decisive factors: The case of new Spanish firms". *Plaza de la Victoria, University of Alcalá*, 12, 1- 43.
31. Morris, M. H.; Kuratko, D. F.; Covin, J. G. (2011). *Corporate Entrepreneurship & Innovation* (3 ed.). OH: Cengage/South-Western: Mason.
32. Okonedo, S.; Popoola, S. O. (2012). "Effect of Self-Concept, Knowledge Sharing and Utilization on Research Productivity Among Librarians in Public Universities in South-

- West, Nigeria". *Library Philosophy and Practice (e-journal), Paper 865*. Retrieved from <http://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/865>.
33. Ozgen, E.; Baron, R. A. (2007). "Social sources of information in opportunity recognition: Effects of mentors, industry networks, and professional forums". *Journal of business Venturing*, 22(2), 174-192.
  34. Petrides, L. A.; Nodine, T. R. (2003). "Knowledge Management in Education: Defining the Landscape". *the institute for the study of knowledge management in Education press, USA*.
  35. Plessis, M. D. (2007). "The role of knowledge management in innovation". *Journal of Knowledge Management*, 11(4), 20-29.
  36. Politis, J. D. (2002). "Transformational and transactional leadership enabling (disabling) knowledge acquisition of self-managed teams: the consequences for performance". *Leadership & Organization Development Journal*, 23(4), 186-197.
  37. Politis, J. D. (2005). "The influence of managerial power and credibility on knowledge acquisition attributes". *Leadership & Organization Development*, 26(3), 197-214.
  38. Ramos-Rodríguez, A.-R.; Medina-Garrido, J.-A.; Lorenzo-Gómez, J.-D.; Ruiz-Navarro, J. (2010). "What you know or who you know? The role of intellectual and social capital in opportunity recognition". *International Small Business Journal*, 28(6), 566-582.
  39. Read, W. H. (1996). "Managing the knowledge-based organization: five principles every manager can use". *Technology Analysis & Strategic Management*, 8(3), 223-233.
  40. Rolandi, W. G. (1986). "Knowledge engineering in practice". *AI Experts*, 1(4), 58-62.
  41. Salisbury, M. W. (2003). "Putting theory into practice to build knowledge management systems". *Journal of Knowledge Management*, 7(2), 128-141.
  42. Sarasvathy, D.; Simon, H. A.; Lave, L. (1998). "Perceiving and managing business risks: Differences between entrepreneurs and bankers". *Journal of economic behavior & organization*, 33(2), 207-225.
  43. Sarin, S.; McDermott, C. (2003). "The Effect of Team Leader Characteristics on Learning, Knowledge Application, and Performance of Cross- Functional New Product Development Teams". *Decision Sciences*, 34(4), 707-739.
  44. Scarbrough, H. (2003). "Knowledge management, HRM and the innovation process". *International Journal of Manpower*, 24(5), 501-516.
  45. Schenkel, M. T. (2005). *New enterprise opportunity recognition: Toward a theory of entrepreneurial dynamism*. University of Cincinnati.
  46. Shane, S. (2000). "Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities". *Organization Science*, 11(4), 448-469.
  47. Siegel, D. S.; Renko, M. (2012). "The role of market and technological knowledge in recognizing entrepreneurial opportunities". *Management Decision*, 50(5), 797-816.
  48. Yaghi, K.; Barakat, S.; Alfawaer, Z. M.; Shkokani, M.; Nassuora, A. (2011). "Knowledge sharing degree among the undergraduate students: a case study at applied science private university". *International Journal of Academic Research*, 3, 20-24.
  49. Yeung, H. W.-c. (2004). "Strategic governance and economic diplomacy in China: The political economy of government-linked companies from Singapore". *East Asia*, 21(1), 40-64.