

بررسی رابطه اقتصاد مقاومتی، گرایش کارآفرینانه و مدیریت دانش

Investigating the Relationship among Resistive Economy, Entrepreneurial Orientation and Knowledge Management

Y. Mohammadi Moghaddam¹, H. Zolfaghari²

M. Alipour³, P. Rasoulia⁴

Received: 10/Nov/2012 Accepted: 15/Dec/2012

یوسف محمدی مقدم^۱، حسین ذوالفقاری^۲

میثم علی پور^۳، پریسا رسولیان^۴

تاریخ دریافت: ۹۱/۸/۲۰ تاریخ پذیرش: ۹۱/۹/۲۵

Abstract

In the age of communication and technology, knowledge is a vital resource in competition of organizations and is a factor for obtaining competitive advantage. As economies have passed from industrial form to knowledge-based form, organizations have had themselves to use knowledge and information and redesign their process to improve quality of their products and services. Then, this paper investigated the relationship among resistive economy, entrepreneurial orientation and knowledge management. Further, to gather necessary data, questionnaires were distributed among 100 cases of entrepreneurs and industrialists of Salimi industrial town, located in Tabriz. While analysis results show positive correlation between three variables, the relationship between entrepreneurial orientation and knowledge management is negative. Accordingly, public organizations have to pay attention to dimensions of resistive economy and encourage entrepreneurial orientation for reducing client's complaints.

Keywords:

Resistive Economy, Entrepreneurial Orientation, Knowledge Management, Impilic Knowledge, Knowledge Based Economy

چکیده

در عصر ارتباطات و فناوری، دانش به مثابه منبع حیاتی سازمان‌ها در عرصه رقابت و عاملی برای دستیابی به مزیت رقابتی پایدار محسوب می‌گردد. همگام با گذر از اقتصاد مبتنی بر صنعت به اقتصاد مبتنی بر دانش، سازمان‌ها نیز خود را بر آن داشته‌اند تا با تکیه بر دانش و اطلاعات و استفاده از آن در فراگرد ارایه محصولات، کیفیت محصولات خود را افزایش دهند. در همین امتداد، این مقاله به بررسی ارتباط بین اقتصاد مقاومتی، گرایش کارآفرینانه و مدیریت دانش پرداخته است. به همین منظور با استفاده از مبانی نظری موجود، ابعاد مدیریت دانش، اقتصاد مقاومتی و کارآفرینی احصاء شده و با استفاده از استراتژی پیمایش، از این ابعاد پرسشنامه‌ای برای گردآوری اطلاعات در میان ۱۰۰ نفر از کارآفرینان و صنعتگران شهرک صنعتی سلیمی، واقع در شهر تبریز توزیع شده است. در ادامه، برای تحلیل داده‌ها از روش همبستگی پیرسون، استفاده شده است. خروجی‌های تحلیل نشان می‌دهد که اقتصاد مقاومتی، گرایش کارآفرینانه و مدیریت دانش دارای رابطه مثبت و معناداری با یکدیگرند. براین اساس، سازمان‌های دولتی برای گذار از تأخیر در ارائه خدمات و نارضایتی ارباب رجوع، باید ضمن پایبندی به ابعاد اقتصاد مقاومتی، از ابزارهایی چون مدیریت دانش به مثابه بستری برای تشویق گرایش‌های کارآفرینانه افراد استفاده کنند.

کلید واژه‌ها:

اقتصاد مقاومتی، گرایش کارآفرینانه، مدیریت دانش، دانش ضمنی، اقتصاد دانش بنیان

1. assistant professor of management, Disciplinary Science University

2. assistant professor of management, Disciplinary Science University
zolfaghari.hossein@chmail.ir

3. M.A. in Public Administration, Allameh Tabatabaei University, Tehran,
alipour.meisam@chmail.ir

4. M.A. in Entrepreneurship, Tehran University. (rparisa_67@yahoo.com)

۱. استادیار گروه مدیریت، دانشگاه علوم انتظامی you_mohammad@yahoo.com

۲. استادیار گروه مدیریت، دانشگاه علوم انتظامی zolfaghari.hossein@chmail.ir

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی دانشگاه علامه طباطبایی
(نویسنده مسئول) alipour.meisam@chmail.ir

۴. دانشجوی کارشناسی ارشد کارآفرینی دانشگاه تهران

rparisa_67@yahoo.com

مقدمه

اقتصاد مقاومتی مفهومی جدید در ادبیات اقتصادی جهان است که از سوی رهبر معظم انقلاب طرح گردید. این مفهوم با جهت‌گیری مقاومتی خود برای عبور از سیاست‌های خصمانه دشمنان و پی‌گیری پیشرفت‌های دانشی با استفاده از قابلیت‌های کارآفرینی و تمرکززدایی از فعالیت‌های دولتی طرح گردیده است. شاید بتوان گفت، بهترین راه گذر از مسائل اداری و اقتصادی و اجتماعی و سیاسی کشور، تلاش برای نظریه‌پردازی پیرامون اقتصاد مقاومتی و برنامه‌ریزی برای عملیاتی ساختن همه‌جانبه آن است! این مطلب، در قالب دعوتی که رهبر معظم انقلاب از دانشگاهیان و فرهیختگان برای تبیین ابعاد و ویژگی‌های اقتصاد مقاومتی به عمل آوردند، قابل مشاهده است (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار با دانشجویان، ۱۶/۵/۱۳۹۱).

در همین امتداد، یکی از کارکردهای تلاش برای تبیین این مفهوم، پاسخگویی سریع و غیرانفعالی به تغییرات محیطی است. این امر، نیازمند انعطاف‌پذیری و سرعت عمل بالا است؛ این سرعت عمل از توانمندی سازمان‌ها در خلق، حفظ و به‌کارگیری دانش در جهت گسترش توانمندی‌های منحصر به فرد، ناشی می‌شود. به دلیل نقش غیرقابل انکار دانش جدید در بقا و رشد سازمان، گاه دانش خلق شده اهمیتی بسیار بیشتر از دانش موجود می‌یابد! زیرا دانش جدید به سازمان امکان می‌دهد تا رویه‌ها و عملکردهای فعلی خود را بهبود بخشد، قابلیت‌ها و مزیت‌های خود را توسعه دهد و به شکلی مناسب‌تر از امکانات و منابع موجود بهره‌گیرد. از این‌رو تحقق مفاهیمی چون بهبود مستمر، توسعه سازمانی و کسب مزیت رقابتی پایدار در گرو استمرار فراگردهای دانشی در سازمان است. عواملی نظیر، بهسازی فراگردها، رشد پایدار، انعطاف‌پذیری در برخورد با محیط، جلب رضایت مشتریان، بهبود کیفیت محصولات و خدمات و افزایش بهره‌وری منابع، جهانی شدن و کوچک‌سازی دولت‌ها می‌طلبد که توجه ویژه‌ای به مدیریت دانش به عمل آید. استفاده از قابلیت‌های مدیریت دانش، در محیطی که گرایش‌های کارآفرینانه را ایجاد و تشویق می‌کند، بسیار اثربخش خواهد بود. کارآفرینی، نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی است و نقش آن، نوآوری یا ایجاد ترکیبات تازه‌ای از مواد است. کارآفرینی و نوآوری از مشخصه‌های یک اقتصاد سالم هستند (دراکر^۱، ۱۹۹۹: ۶۵). کارآفرینی از

دید دانشمندان علوم اجتماعی، فراگردی است که در شبکه متغیری از روابط اجتماعی واقع شده است و این روابط اجتماعی می‌تواند رابطه کارآفرینی را با منابع و فرصت‌ها، محدود یا تسهیل نماید (احمدپور داریانی، ۱۳۷۹: ۳۷).

آنچه تاکنون از سوی رهبر معظم انقلاب درباره اقتصاد مقاومتی بیان شده است، ضرورت توجه به مفاهیم دانشی و اقتصاد دانش‌بنیان را نشان می‌دهد. براین اساس، مدیریت دانش و گرایش کارآفرینانه، متغیرهای مهم و مؤثری در تولید دانش و تولید ثروت مبتنی بر دانش‌اند که تاکنون در بستر اقتصاد مقاومتی مورد مطالعه قرار نگرفته‌اند. از این‌رو، محققان در این پژوهش با هدف تبیین رابطه بین اقتصاد مقاومتی و گرایش کارآفرینانه و مدیریت دانش در پی پاسخ‌گویی به این سؤال اساسی هستند که آیا بین اقتصاد مقاومتی، گرایش کارآفرینانه و مدیریت دانش رابطه معنادار وجود دارد؟

براین اساس، ساختار ادامه مقاله به شرح زیر است: در بخش اول، مبانی نظری موجود مورد بررسی قرار می‌گیرد و در انتهای این بخش، فرضیه‌های پژوهش طرح می‌گردد. در بخش دوم، مدل مفهومی تحقیق ارائه می‌شود. در بخش سوم، ضمن طرح مباحث روش‌شناسی، یافته‌های آماری ارائه می‌گردد. در بخش چهارم، نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادهایی برای محققان و مدیران سازمان‌های دولتی طرح می‌شود.

۱. مبانی نظری

اقتصاد مقاومتی

مدتی است که نظریه اقتصاد مقاومتی توسط مقام معظم رهبری مطرح شده است. پرداختن به این موضوع به دلایل گوناگون، مهم و ضروری است. از یک طرف، دشمنان ملت ایران تلاش دارند تا نسبت به در هم ریختگی اقتصاد ایران اقدام کنند و از ناحیه اقتصاد، ضرباتی را به ملت ایران اسلامی وارد کنند و از طرف دیگر مقاومت در اقتصاد، نسخه‌ای کارساز برای عبور از این مرحله است. از سویی دیگر موضوع اقتصاد مقاومتی موضوعی بسیار بدیع و جدید و بکر است و تجربه منتشر شده مکتوبی در مورد آن وجود ندارد و قاعدتاً باید جوانب آن بررسی و مورد توجه قرار گیرد. از منظری دیگر برای کشور جمهوری اسلامی ایران که مصمم است اقتصاد تک‌محصولی و مبتنی بر درآمد نفت را متحول نموده و به سمت عدم وابستگی به نفت حرکت کند، موضوع اقتصاد مقاومتی یک راهکار و نقشه راه سازنده است. (پیغامی، ۱۳۹۱: ۴)

ابعاد اقتصاد مقاومتی

سازمان بسیج مستضعفان برای تبیین ابعاد و مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی، از تحلیل زنجیره نامگذاری سالها توسط مقام معظم رهبری در ۵ سال گذشته و با محوریت شعارهای اقتصادی استفاده کرده است. (سازمان بسیج مستضعفان، ۱۳۹۱: ۶۵)

بر این اساس، نام‌گذاری سال‌ها در ۵ سال گذشته در ایران با موضوعات اقتصادی همراه شده است. نقشه‌ی راه امسال به عنوان «تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه‌ی ایرانی» نیز موضوعی اقتصادی را در دل خود دارد. این نام‌گذاری‌ها را نمی‌توان بدون دلیل دانست. ریشه‌ی اهمیت موضوعات اقتصادی در این چند سال اخیر را می‌توان در «تحولات درون کشور» و «تحولات در عرصه بین‌المللی» عنوان کرد (همان: ۶۷).

با نگاهی به عناوین این ۵ سال، «نوآوری و شکوفایی»، «اصلاح الگوی مصرف»، «همت مضاعف و کار مضاعف»، «جهاد اقتصادی» و «تولید داخلی، حمایت از کار و سرمایه‌ی ایرانی» به جنبه‌های مختلفی از اقتصاد مقاومتی دست می‌یابیم. به عبارت دیگر، شعار سال‌های اخیر هریک به نوبه‌ی خود جنبه‌های مختلف اقتصاد مقاومتی را به همراه دارند (همان: ۶۸).

با توجه به شعار چند سال اخیر، ۵ جنبه برای اقتصاد مقاومتی تعریف می‌شود:

الف - نوآوری و شکوفایی؛ نوآوری و شکوفایی به عنوان محرک رشد پایدار شناخته می‌شود. همچنین کمبود نوآوری یکی از عوامل اصلی پایین بودن سطح رشد اقتصادی در کشورهای در حال توسعه شناخته می‌شود. ایده‌ی اصلی نوآوری بر این نکته استوار است که نوآوری سبب افزایش تولید از طریق افزایش توان تولید افراد و نهایتاً رشد اقتصادی می‌گردد (ربیعی، ۱۳۸۸: ۴۳).

بر مبنای این ایده، سال ۱۳۸۷ به عنوان سال «نوآوری و شکوفایی» معرفی شد و انتظار رهبری از نام‌گذاری سال ۱۳۸۷ نیز این بود که در همه‌ی بخش‌ها نوآوری به وجود آید (پیام نوروزی رهبر انقلاب به مناسبت تحویل سال ۱۳۸۷). بر این اساس، با توجه به تعریف اقتصاد مقاومتی، یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌ها برای اقتصاد مقاومتی، نوآوری و شکوفایی است. (سازمان بسیج مستضعفان، ۱۳۹۱: ۶۸)

ب - اصلاح الگوی مصرف؛ در سال ۱۳۸۸ اصلاح الگوی مصرف به عنوان شعار سال انتخاب شد و در راستای

تعریف ذکر شده برای اقتصاد مقاومتی، می‌توان اصلاح الگوی مصرف را یکی دیگر از جنبه‌های مهم اقتصاد مقاومتی برشمرد. چرایی این موضوع را می‌توان به این صورت بیان کرد که یکی از ابتدایی‌ترین و اصولی‌ترین مبانی علم اقتصاد «کمبود منابع» است. به عبارت دیگر، علم اقتصاد علم استفاده‌ی بهینه از امکانات و منابع محدود در راستای ارضای نیازهای نامحدود بشری است. افزایش مصرف در جامعه باعث افزایش استفاده از منابع محدود می‌گردد و در نتیجه، سرمایه‌گذاری را کاهش می‌دهد (سالواتوره، ۱۳۸۴: ۶۷).

بر همین اساس، اگر با منابع موجود الگوی مصرف جامعه اصلاح شود و در مصرف زیاده‌روی نشود، مقداری منبع که مورد استفاده قرار نگرفته‌اند باقی می‌ماند که می‌توان آن‌ها را سرمایه‌گذاری کرد. در نتیجه، سرمایه‌گذاری افزایش می‌یابد و افزایش سرمایه‌گذاری به افزایش تولید می‌انجامد. طبق تعریف اقتصاد مقاومتی، اصلاح الگوی مصرف از طریق افزایش سرمایه‌گذاری باعث رشد و شکوفایی اقتصاد می‌گردد.

رهبر معظم انقلاب در ابتدای سال ۱۳۸۸، در بیان اصلاح الگوی مصرف، چنین می‌فرماید:

«مردم عزیزمان توجه داشته باشند که صرفه‌جویی به معنای مصرف نکردن نیست. صرفه‌جویی به معنای درست مصرف کردن، بجای مصرف کردن، ضایع نکردن مال، مصرف را کارآمد و ثمربخش کردن است» (پیام نوروزی رهبر انقلاب به مناسبت تحویل سال ۱۳۸۷).

ج - کار جهادگونه؛ شعار ۲ سال متوالی ۱۳۸۹ و ۱۳۹۰ بیشتر در ارتباط با تشویق به کار و فعالیت است. شعار «همت مضاعف و کار مضاعف» در سال ۱۳۸۹ و «جهاد اقتصادی» در سال ۱۳۹۰ را نیز می‌توان در ارتباط با تعریف گفته شده از اقتصاد مقاومتی دانست. بر این اساس، افزایش مهارت و بهره‌وری نیروی کار و استفاده‌ی بهینه از نیروی کار برای پیشبرد اهداف کشور به عنوان یک جنبه‌ی مؤثر از اقتصاد مقاومتی تعریف می‌گردد.

د - حمایت از تولید داخلی؛ یکی از مفاهیم اساسی در ادبیات اقتصادی این است که واردات یعنی ایجاد اشتغال برای نیروی کار خارجی و صادرات یعنی ایجاد اشتغال برای نیروی کار داخلی. این سخن نیز همانند ۳ جنبه‌ی قبلی در راستای تعریف اقتصاد مقاومتی قرار می‌گیرد، اما این جنبه از اقتصاد مقاومتی با ۳ جنبه قبل تفاوت‌های اساسی دارد (همان: ۸۴)

یکی از این تفاوت‌ها عبارت است از اینکه به صورت مستقیم بر رشد و شکوفایی تولید اثر دارد، نه به صورت

کار را به عنوان سرمایه می‌شناسند. پس بخش دوم شعار امسال نیز در راستای تعریف ذکر شده از اقتصاد مقاومتی قرار می‌گیرد، چرا که برای افزایش و شکوفایی تولید، باید به حمایت از عوامل تولید پرداخت. افزایش حمایت از عوامل تولید نتایجی را به همراه خواهد داشت: اول اینکه چون این عوامل به صورت مستقیم در تولید نقش دارند، به افزایش تولید می‌انجامد و دوم اینکه حمایت از عوامل تولید به مانند سرمایه‌گذاری است و از این طریق نیز منجر به افزایش تولید می‌شود (همان: ۸۹)

مطالعات اقتصادی بیانگر این موضوع است که نرخ رشد بلندمدت اقتصادی با سطح درآمد اولیه‌ی کشور همبستگی بالایی ندارد و پایین بودن موجودی سرمایه‌ی فیزیکی تنها عامل رشد پایین اقتصادی در کشورها نیست، بلکه برخی از عوامل به خصوص سرمایه‌ی انسانی باعث تسریع رشد اقتصادی می‌گردد (رضایی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۱۸).

در نتیجه، حمایت از عوامل تولید داخلی به رشد بلندمدت اقتصادی می‌انجامد و شکوفایی اقتصاد را در پی خواهد داشت. این مورد نیز در تعریف اقتصاد مقاومتی تبلور می‌یابد، چرا که فشارها و تحریم‌های خارجی تأثیر چندانی بر حمایت از عوامل تولید داخلی نخواهند داشت. همچنین با تحلیل محتوای بیانات رهبر معظم انقلاب درباره اقتصاد مقاومتی، ابعاد و مؤلفه‌های دیگر آن هم مشخص می‌شوند. این ابعاد در جدول زیر مشخص شده‌اند:

غیرمستقیم و با واسطه. نکته‌ی دیگر اینکه با حمایت از تولید داخلی (مخصوصاً در مواردی که توانایی تولید کالا در داخل وجود دارد) وابستگی به دنیای خارج کاسته خواهد شد. با کاسته شدن وابستگی به دنیای خارج و به خصوص دنیای غرب که مجری فشار و تحریم بر کشورمان است، اثربخشی تحریم‌ها کاهش می‌یابد و در نتیجه، به رشد و شکوفایی اقتصادی می‌انجامد.

البته مزایای بسیاری در حمایت از تولید داخلی نهفته است که از جمله‌ی آن‌ها می‌توان به ایجاد اشتغال برای نیروی کار داخلی، کمتر شدن فشار تورمی، توجه به برند داخلی در صنایع مختلف، تقویت بخش خصوصی، کاستن از بار مالی دولت، ارزآوری کالاهای غیرنفتی و بسیاری موارد دیگر اشاره کرد. همه‌ی موارد فوق در راستای تعریف گفته شده از اقتصاد مقاومتی قرار می‌گیرند. در واقع «حمایت از تولید داخلی» به صورت مستقیم، یعنی فراهم نمودن زمینه‌ی رشد و شکوفایی برای اقتصاد، به اقتصاد مقاومتی کمک می‌کند (همان: ۸۵)

هـ - حمایت از عوامل تولید داخلی؛ بخش دوم
شعار سال ۱۳۹۱، یعنی حمایت از کار و سرمایه‌ی ایرانی، به معنای حمایت از عوامل تولید داخلی است. در اقتصاد عوامل تولید شامل نیروی انسانی، زمین، کار، سرمایه‌های فکری، سرمایه‌های انسانی، سرمایه‌های مادی یا دیگر دسته‌بندی‌های می‌شود. معمولاً عوامل تولیدی غیر از نیروی

جدول ۱: تحلیل متن بیانات مقام معظم رهبری درباره اقتصاد مقاومتی

ردیف	متن بیانات	ابعاد	مؤلفه‌ها
۱	یک واقعیت دیگر هم این است که اگر کشور در مقابل فشارهای دشمن - از جمله تحریم‌ها و از این چیزها - مقاومت مدبرانه بکند، نه فقط این حربه کند خواهد شد، بلکه در آینده هم امکان تکرار چنین چیزهایی دیگر وجود نخواهد داشت؛ چون این یک گذرگاه است، این یک برهه است؛ کشور از این برهه عبور خواهد کرد... (بیانات در دیدار کارگزاران نظام، ۹۱/۵/۳).	مقابله با دشمن	مقاومت مدبرانه
	ما چندسال پیش، اقتصاد مقاومتی را مطرح کردیم. همه کسانی که ناظر مسائل گوناگون بودند، می‌توانستند حدس بزنند که هدف دشمن، فشار اقتصادی بر کشور است. معلوم بود و طراحی‌ها نشان می‌داد که اینها می‌خواهند بر روی اقتصاد کشور متمرکز شوند... (بیانات در دیدار کارگزاران نظام، ۹۱/۵/۳).		
	اقتصاد مقاومتی یعنی اقتصادی که همراه باشد با مقاومت در مقابل کارشکنی دشمن، خبثات دشمن (بیانات در دیدار جمعی از پژوهشگران و مسئولان شرکت‌های دانش‌بنیان، ۹۱/۵/۸).		

<p>توانمندسازی بخش خصوصی افزایش کیفیت مقررات و قوانین بهبودسازی سیستم بانکی کشور</p>	<p>مردمی کردن اقتصاد</p>	<p>مسئله اقتصاد مهم است؛ اقتصاد مقاومتی مهم است. البته اقتصاد مقاومتی الزاماتی دارد. مردمی کردن اقتصاد، جزء الزامات اقتصاد مقاومتی است. این سیاست‌های اصل ۴۴ که اعلام شد، می‌تواند یک تحول به وجود بیاورد؛ و این کار باید انجام بگیرد. البته کارهایی انجام گرفته و تلاش‌های بیشتری باید بشود. بخش خصوصی را باید توانمند کرد؛ هم به فعالیت اقتصادی تشویق بشوند، هم سیستم بانکی کشور، دستگاه‌های دولتی کشور و دستگاه‌هایی که می‌توانند کمک کنند مثل قوه مقننه و قوه قضائیه کمک کنند که مردم وارد میدان اقتصاد شوند (بیانات در دیدار کارگزاران نظام، ۹۱/۵/۳).</p>	<p>۲</p>
<p>کاهش وابستگی به نفت توجه به صنایع دانش‌بنیان</p>	<p>اقتصاد دانش‌بنیان</p>	<p>یکی دیگر از الزامات اقتصاد مقاومتی، کاهش وابستگی به نفت است. امروز صنایع دانش‌بنیان از جمله کارهایی است که می‌توان این خلأ را تا میزان زیادی پر کند (بیانات در دیدار کارگزاران نظام، ۹۱/۵/۳). یک مسأله دیگر در سرفصل اقتصاد مقاومتی، اقتصاد دانش‌بنیان است (بیانات در دیدار رئیس جمهوری و اعضای هیأت دولت، ۹۱/۶/۳).</p>	<p>۳</p>
<p>پرهیز از اسراف و تبذیر توسط مردم پرهیز از اسراف و تبذیر توسط دولت استفاده از تولید داخلی</p>	<p>مدیریت مصرف</p>	<p>مدیریت مصرف، یکی از ارکان اقتصاد مقاومتی است؛ یعنی مصرف متعادل و پرهیز از اسراف و تبذیر. امروز پرهیز از اسراف و ملاحظه تعادل در مصرف، بلاشک در مقابل دشمن یک حرکت جهادی است. یک بعد دیگر این مسأله تعادل در مصرف و مدیریت مصرف، استفاده از تولید داخلی است (بیانات در دیدار کارگزاران نظام، ۹۱/۵/۳).</p>	<p>۴</p>
<p>برنامه‌محوری ثبات در تصمیم‌گیری و مقررات</p>	<p>استفاده حداکثری از امکانات</p>	<p>استفاده حداکثری از زمان و منابع و امکانات و همچنین حرکت بر اساس برنامه، از جمله ارکان اقتصاد مقاومتی است. تصمیم‌های خلق‌الساعه و تغییر مقررات، جزء ضربه‌هایی است که به اقتصاد مقاومتی وارد می‌شود و به مقاومت ملت ضربه می‌زند (بیانات در دیدار کارگزاران نظام، ۹۱/۵/۳).</p>	<p>۵</p>
<p>فعال‌سازی واحدهای کوچک تولیدی، فعال‌سازی واحدهای متوسط تولیدی</p>	<p>حمایت از تولید ملی</p>	<p>یک رکن دیگر اقتصاد مقاومتی، حمایت از تولید ملی است؛ صنعت و کشاورزی. واحدهای کوچک و متوسط را فعال کنید. البته خوشبختانه واحدهای بزرگ ما فعالند، خوبند و سوددهی‌شان هم خوب است، کارشان هم خوب است... لیکن باید به فکر واحدهای متوسط و کوچک باشید؛ اینها خیلی مهم است، اینها در زندگی مردم تأثیرات مستقیم دارد (بیانات در دیدار رئیس جمهوری و اعضای هیأت دولت، ۹۱/۶/۳).</p>	<p>۶</p>
<p>کارآفرینی حمایت از تولید و ترویج فرهنگ و روحیه کار و تلاش</p>	<p>کار جهادگونه</p>	<p>ما باید یک اقتصاد مقاومتی واقعی در کشور به وجود بیاوریم. امروز کارآفرینی معنایش این است. دوستان درست گفتند که ما تحریم‌ها را دور می‌زنیم؛ بنده هم یقین دارم. ملت ایران و مسئولین کشور تحریم‌ها را دور می‌زنند، تحریم‌کنندگان را ناکام می‌کنند؛ مثل موارد دیگری که در سال‌های گذشته در زمینه‌های سیاسی بود که یک اشتباهی کردند، یک حرکتی انجام دادند، بعد خودشان مجبور شدند برگردند، یکی یکی عذرخواهی کنند... این دلیلی است برای همه مسئولان و دلسوزان کشور که خود را موظف بدانند، مکلف بدانند به ایجاد کار، به تولید، به کارآفرینی، به پر رونق کردن روزافزون این کارگاه عظیم؛ که کشور ایران حقیقتاً امروز یک کارگاه عظیمی است. همه خودشان را باید موظف بدانند (بیانات در دیدار جمعی از کارآفرینان سراسر کشور، ۸۹/۶/۱۶).</p>	<p>۷</p>

توسط رهبران یا تیم‌های کارآفرین صورت می‌پذیرد و با یک اقدام جسورانه جدید و پیگیری آن تا حصول نتیجه در ارتباط است (راوش و همکاران، ۲۰۰۹: ۱۲۰).

برتری جویی رقابتی، حجم تلاش‌های شرکت برای غلبه بر رقبا است (همان: ۷۷۵).

نوآوری، آمادگی برای خلاقیت و تجربه ارائه محصولات و خدمات جدید یا رهبری تکنولوژیکی از طریق فعالیت‌های تحقیق و توسعه در فراگردهای نوین است (همان: ۷۷۷).

اقدام آینده‌نگر، فرصت‌طلبی و دیدگاه آینده‌پژوهانه است که با ارائه محصولات و خدمات نوین پیش از رقبا و پیش‌بینی تقاضای آتی مشخص می‌شود (همان، ۷۷۸).

مخاطره‌پذیری، کنش جسورانه در محیط نامطمئن و ناشناخته با استفاده از منابع موجود و منابع عاریه‌ای است (همان، ۷۸۰).

مطالعات گرایش کارآفرینانه عمدتاً در سطح خرد و سازمانی صورت پذیرفته‌اند. برای مثال، ایمانی‌پور و زیودار (۱۳۸۷) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی رابطه گرایش به کارآفرینی شرکتی و عملکرد»، به بررسی میزان همبستگی بین گرایش به کارآفرینی شرکتی نمایندگی‌های فروش حقوقی شرکت سهامی بیمه ایران در شهر تهران و عملکرد آنها پرداخته‌اند. براین اساس، ساختار منعطف، جو سازمانی اثربخش، فرهنگ پشتیبان و محرک خلاقیت و نوآوری، و قابلیت‌ها و انگیزش فردی کارکنان به عنوان ابعاد گرایش به کارآفرینی شرکتی مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. بررسی‌ها نشان می‌دهد گرایش به کارآفرینی شرکتی دارای همبستگی مثبت و معناداری با عملکرد آن است.

برخی از مطالعات، در سطح فرهنگی انجام شده است. برای مثال، دادورخانی و همکاران (۱۳۸۷) در مقاله‌ای با عنوان «تحلیل نقش گردشگری در توسعه ویژگی‌های کارآفرینانه و گرایش به کارآفرینی در بین جوانان روستایی» به بررسی آثار گردشگری بر توسعه کارآفرینی روستایی پرداخته‌اند. براین اساس، نتایج تحقیق نشان می‌دهد تعاملات فرهنگی در اثر حضور گردشگران منجر به ارتقای ویژگی‌ها و گرایش‌های کارآفرینانه می‌شود.

همچنین محققان سایر کشورها به بررسی گرایش

با توجه به ۲ رویکرد فوق در تبیین ابعاد اقتصاد مقاومتی، به نظر می‌رسد ابعاد هفت‌گانه فوق، به خوبی مفهوم اقتصاد مقاومتی را تبیین می‌کنند.

گرایش کارآفرینانه

به باور راوش^۱ و همکاران، گرایش کارآفرینانه^۲ در سطح سازمانی عبارتست از فراگردهای خلق استراتژی که مبنای کارآفرینانه‌ای را برای تصمیمات و اقدامات در سازمان‌ها فراهم می‌کند (راوش و همکاران، ۲۰۰۹: ۷۶۲). گرایش کارآفرینانه در رابطه با عملکرد سازمانی مطالعه شده است و نتایج تحقیقات بیانگر آن است که به طور متوسط، ۲۴ درصد از تفاوت‌های عملکردی را تبیین می‌کند که مقدار قابل توجهی است (همان: ۷۶۴). پیش از این، این عبارت با مجموعه‌ای از سه تا پنج رفتار توصیف می‌شد که از استراتژی سازمان و ادبیات کارآفرینی استخراج می‌شدند (کووین و اسلوین^۳، ۱۹۸۹: ۸۰؛ میلر^۴، ۱۹۸۳: ۷۷۵). این رفتارها شامل نوآوری^۵، تمایل به مخاطره^۶، اقدام آینده‌نگر^۷، برتری جویی رقابتی^۸ و استقلال^۹ است (لنکمپ و لین^{۱۰}، ۲۰۱۲: ۲۲۰). از این میان، سه رفتار در تحقیقات گرایش کارآفرینی، بیشتر مورد استفاده قرار گرفته است؛ نوآوری، تمایل به مخاطره و اقدام آینده‌نگر؛ در حالی که استقلال و برتری جویی رقابتی کمتر مورد مطالعه قرار گرفته است (راوش و همکاران، ۲۰۰۹: ۷۶۴؛ لیون^{۱۱} و همکاران، ۲۰۰۰: ۱۰۶۰). پژوهشگران دریافته‌اند که به‌طور کلی، گرایش کارآفرینی دارای ۵ بعد است که با توجه به شرایط، می‌تواند به طور جمعی (لومکین^{۱۲} و همکاران، ۲۰۰۹: ۵۰؛ رانیان^{۱۳} و همکاران، ۲۰۰۸: ۵۷) یا به طور جداگانه از یکدیگر مورد توجه قرار گیرند (لومکین و دس^{۱۴}، ۱۹۹۶: ۱۵۰؛ ونگ^{۱۵}، ۲۰۰۸: ۶۳۷). استقلال، کنش مستقلی است که

1. Rauch
2. Entrepreneurial orientation
3. Covin & Slevin
4. Miller
5. innovativeness
6. willingness to take risk
7. proactiveness
8. competitive aggressiveness
9. autonomy
10. langkamp & Lane
11. Lyon
12. Lumpkin
13. Ranyan
14. Dess
15. Wang

شکل تجاری وارد عرصه مدیریت دانش شدند (حسن زاده، ۱۳۸۵: ۱۳۱). اکنون در سال‌های آغازین قرن ۲۱ مدیریت دانش برای بسیاری از کشورهای پیشرفته به‌عنوان نماد رقابت و عامل دستیابی به قدرت و توسعه درآمده است. در واقع، در جهان امروز که تولید کالاها و ارائه خدمات به شدت دانش‌مدار گردیده‌اند، دانش دارایی و کلیدی برای کسب مزیت رقابتی است (جعفری مقدم، ۱۳۸۲: ۶۸). از سال ۲۰۰۰ به بعد شرکت‌های بزرگ اروپایی حدود ۵۵٪ درآمد خود را به مدیریت دانش اختصاص داده‌اند (حسن زاده، ۱۳۸۵: ۱۳۲).

تعریف مدیریت دانش به‌سادگی امکانپذیر نیست. نویسندگان مختلف نسبت به موضوع مدیریت دانش با دیدگاه‌های متفاوت و انگیزه‌های گوناگون به ارائه تعاریفی متفاوت پرداخته‌اند. این تعاریف شامل شکل‌دهی به دانش، برنامه‌ها و رویه‌ها و همچنین شیوه‌هایی است که سازمان‌ها به تحلیل موقعیت می‌پردازند و ارتباط برقرار می‌کنند. مدیریت دانش، علاوه بر موارد فوق، مباحثی در رابطه با فرهنگ، رسوم و ارزش‌ها و برقراری رابطه با ارباب رجوعان را در بر می‌گیرد (واتسون^۳، ۲۰۰۳: ۴).

ویگ^۴ (۲۰۰۲) مدیریت دانش را ایجاد فراگردهای لازم برای شناسایی و جذب داده، اطلاعات و دانش‌های مورد نیاز سازمان از محیط درونی و بیرونی و انتقال آنها به تصمیم‌ها و اقدامات سازمان و افراد تعریف می‌کند. هم‌چنین مالهورترا^۵ (۲۰۰۴) مدیریت دانش را فراگردی می‌داند که به‌واسطه آن سازمان‌ها در زمینه یادگیری (درونی کردن دانش)، کدگذاری دانش (بیرونی کردن دانش) و توزیع و انتقال دانش، مهارت‌هایی را کسب می‌کنند. هم‌اکنون بیشتر سازمان‌ها استراتژی مدیریت دانش و دانش جمعی کارکنان خود را به‌عنوان پایه اساسی توان رقابتی و یک ابزار رقابتی و استراتژیک نگاه می‌کنند و با دیدگاه استراتژیک و راهبردی از تلاش‌های مدیریت دانش با توجه به جایگاه سازمان و همچنین اطمینان از تناسب و به موقع بودن آن، از این دستاورد بهره‌برداری می‌کنند

کارآفرینانه پرداخته‌اند. برای مثال، لی^۱ و همکاران (۲۰۰۸) در مقاله‌ای با عنوان «گرایش کارآفرینانه و عملکرد شرکت: نقش فراگرد خلق دانش» به بررسی رابطه بین گرایش کارآفرینانه و عملکرد شرکت با استفاده از دیدگاه‌های ۱۶۵ کارآفرین پرداخته‌اند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد تأثیر مستقیم گرایش کارآفرینانه بر عملکرد شرکت کاهش می‌یابد، هنگامی که تأثیر غیرمستقیم گرایش کارآفرینانه از طریق فراگرد خلق دانش مورد توجه قرار بگیرد. در نتیجه، گرایش کارآفرینانه به‌طور مثبت با عملکرد شرکت مرتبط است و فراگرد خلق دانش نقش میانجی را در این رابطه ایفا می‌کند.

مدیریت دانش

در اقتصاد جدید، افراد و سازمان‌ها بر نگهداری و ارتقاء سرمایه دانشی خویش برای ابتکار و خلاقیت تأکید بسیاری دارند (حسن زاده، ۱۳۸۵: ۱۳۳). مدیریت دانش اگرچه مفهومی نسبتاً قدیمی است، اما در مفهوم نوین خود از اوایل دهه ۱۹۷۰ مطرح گردید. با نزدیک شدن به اواسط دهه ۱۹۸۰ و آشکار شدن اهمیت دانش و تأثیر آن بر حفظ قدرت رقابتی در بازارهای اقتصادی، مدیریت دانش اهمیت ویژه‌ای یافت. در این دهه بود که نظام‌های مبتنی بر هوش مصنوعی و نظام‌های هوشمند برای مدیریت دانش به کار گرفته شد و مفاهیمی چون «کسب دانش»، «مهندسی مجدد»، «نظام‌های دانش مدار» و مانند آنها رواج پیدا کرد (دراکر، ۱۹۹۹: ۸۹). با ورود به دهه ۱۹۹۰ فعالیت گسترده شرکت‌های آمریکایی، اروپایی و ژاپنی در حوزه مدیریت دانش به‌طور چشمگیری افزایش یافت. در اواسط دهه ۱۹۹۰ «شبکه جهانی اینترنت»، تحرک تازه‌ای به حوزه مدیریت دانش بخشید. «شبکه بین‌المللی مدیریت دانش در اروپا» و «تالار مدیریت دانش ایالات متحده آمریکا» بر روی اینترنت فعالیت‌های خود را گسترش دادند. در سال ۱۹۹۵ اتحادیه اروپا طی برنامه‌ای به نام اسپریت^۲ بودجه قابل ملاحظه‌ای را برای اجرای طرح‌های مدیریت دانش اختصاص داد. از این دوره به بعد، به تدریج شرکت‌های بزرگی مانند ارنست و یانگ^۳، به

3. Ernest & Young

4. Watson

5. Wigg

6. Malhotra

1. Li

2. ESPRIT

(هاشمی، ۱۳۸۹: ۲۲).

نوناکا^۱ و تاکه‌اوچی^۲ معتقدند، مدیریت دانش فراگردی است که طی آن سازمان به ایجاد ارزش از دارایی‌های فکری و دانش محور می‌پردازد. اغلب، ایجاد ارزش مستلزم به‌اشتراک‌گذاری دانش بین کارکنان، بخش‌های سازمانی و یا حتی سایر سازمان‌هاست (بات^۳، ۲۰۰۰: ۱۶۸). نوناکا و تاکه‌اوچی در کتاب معروف خود به نام «شرکت‌های دانش‌آفرین»، بیان داشته‌اند که «ما معتقدیم که شرکت‌های ژاپنی به علت مهارت و تخصص در «دانش‌آفرینی سازمانی»^۴ به موفقیت نایل آمده‌اند. منظور از دانش‌آفرینی سازمانی، ظرفیت شرکت به عنوان یک مجموعه کل در خلق دانش نوین، نشر آن در همه بخش‌های سازمان و تجسم آن در محصولات، خدمات و سیستم‌هاست. ریشه‌های موفقیت نیز در همین نکته قرار دارد. سازمان نه تنها دانش را مورد «پردازش» قرار می‌دهد، بلکه آن را «خلق» می‌کند. دانش‌آفرینی، مهم‌ترین منبع برتری رقابتی^۵ شرکت‌ها در سطح بین‌المللی بوده است (نوناکا و تاکه‌اوچی، ۱۳۸۵: ۱۷۶)». از نظر نوناکا و تاکه‌اوچی دانش انسانی، دو گونه است. نوع اول، «دانش صریح»^۶ است که می‌توان آن را با زبان رسمی از قبیل جملات دستوری، عبارات ریاضی، علائم و راهنمایی‌ها بیان کرد. این نوع دانش به راحتی و به طور رسمی در میان افراد قابل انتقال است. دانش صریح همواره رایج‌ترین شکل دانش در سنت فلسفی غرب بوده است. نوع دوم، «دانش ضمنی»^۷ است که با زبان رسمی قابل بیان نیست. این نوع دانش، جنبه فردی داشته و ریشه‌های آن در تجارب فرد نهفته است و شامل عوامل ناملموسی از قبیل عقیده شخصی، خصیصه‌های فردی و سیستم مبتنی بر ارزش می‌باشد. دانش ضمنی به مثابه یکی از بخش‌های حساس رفتار جمعی افراد، همواره مورد اغماض قرار گرفته است. در عین حال، دانش ضمنی منبع مهمی در امر رقابت، برای شرکت‌های ژاپنی به شمار می‌رود. براین اساس، چهار

فراگرد اصلی در تبدیل دانش عبارتند از:

- برونی‌سازی، از ضمنی به صریح؛
 - ترکیب، از صریح به صریح؛
 - درونی‌سازی، از صریح به ضمنی؛
 - جامعه‌پذیری، از ضمنی به ضمنی (همان: ۱۷۸).
- بسیاری از مطالعات انجام شده با موضوع مدیریت دانش، در سطح خرد و سازمان انجام شده است. برای مثال، زاده‌امیدی (۱۳۹۰) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر استقرار و عملکرد مدیریت دانش در شرکت فولاد استان خوزستان» به بررسی تأثیر زیرساختار مدیریت دانش و فراگردهای آن بر عملکرد مدیریت دانش پرداخته است. جامعه آماری این پژوهش، شرکت فولاد خوزستان و نمونه آن، ۱۰۰ نفر از مدیران و مسئولین واحدهای شرکت می‌باشد. براین اساس، نتایج تحقیق نشان می‌دهد فراگرد دانش و زیرساختار دانش بر عملکرد مدیریت دانش تأثیر مستقیم می‌گذارند و زیرساختار دانش از تأثیر و اهمیت بیشتری نسبت به فراگردهای دانش برخوردار است. براساس آنچه در این بخش طرح شد، فرضیه‌های تحقیق عبارتند از:

فرضیه اصلی:

- بین اقتصاد مقاومتی و گرایش کارآفرینانه و مدیریت دانش رابطه معنادار وجود دارد.
- فرضیه‌های فرعی:
- بین مقابله با دشمن و گرایش کارآفرینانه و مدیریت دانش رابطه معنادار وجود دارد.
- بین مردمی کردن اقتصاد و گرایش کارآفرینانه و مدیریت دانش رابطه معنادار وجود دارد.
- بین اقتصاد دانش‌بنیان و گرایش کارآفرینانه و مدیریت دانش رابطه معنادار وجود دارد.
- بین مدیریت مصرف و گرایش کارآفرینانه و مدیریت دانش رابطه معنادار وجود دارد.
- بین استفاده حداکثری از امکانات و گرایش کارآفرینانه و مدیریت دانش رابطه معنادار وجود دارد.
- بین حمایت از تولید ملی و گرایش کارآفرینانه و مدیریت دانش رابطه معنادار وجود دارد.
- بین کار جهادی و گرایش کارآفرینانه و مدیریت دانش رابطه معنادار وجود دارد.

بین گرایش کارآفرینانه و مدیریت دانش رابطه

1. Nonaka

2. Takeuchi

3. Bhatt, G

4. The knowledge-creating COMPANY: how Japanese Companies create the dynamics of innovation. 1995.

5. Organizational knowledge creation

6. Processes

7. Creates

8. Competitive advantage

9. Explicit knowledge

10. Tacit knowledge

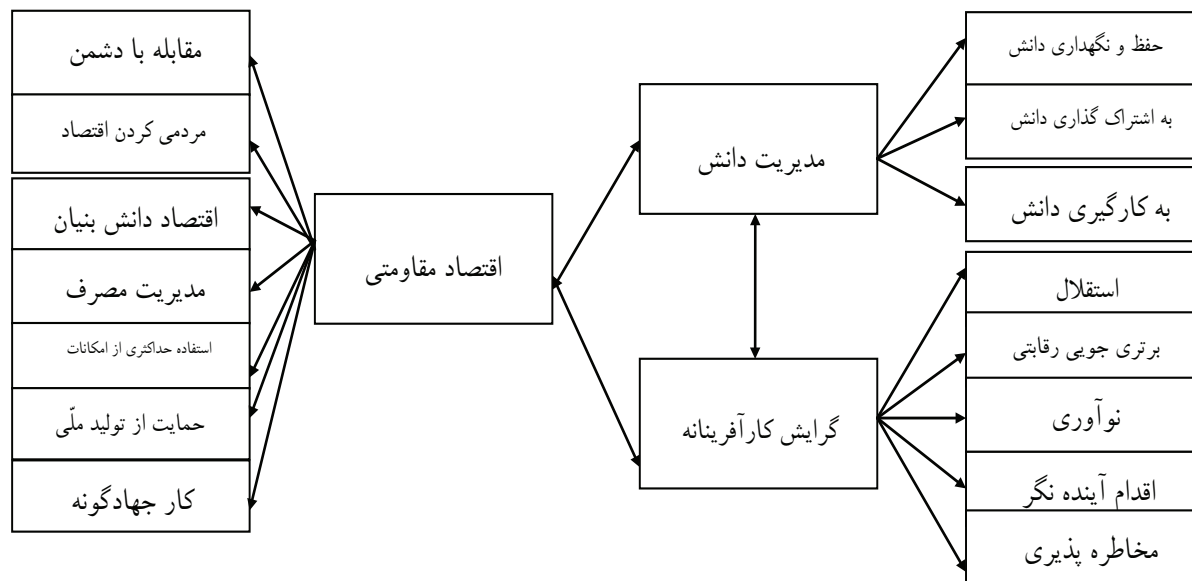
معنادار وجود دارد.

موجود در جدول ۱، ابعاد مدیریت دانش با استفاده از تعریف نوناکا و تاکه اوچی و ابعاد گرایش کارآفرینانه با استفاده از مدل راوش و همکاران ارائه شده است. این روابط، براساس فرضیه های تحقیق است که در ادامه مورد آزمون قرار خواهند گرفت.

۳. روش شناسی تحقیق الف - روش تحقیق

۲. مدل مفهومی تحقیق

با استفاده از مبانی نظری موجود، محققان برای تبیین رابطه بین متغیرهای تحقیق، مدل مفهومی زیر را طراحی کردند.
در این مدل، ابعاد اقتصاد مقاومتی با توجه به داده های



نمودار ۱: مدل مفهومی تحقیق

اقتصاد مقاومتی در قالب ۷ بعد و در مقیاس پنج گزینه ای لیکرت سنجیده شده است و این آزمون دارای ۲۷ سؤال بوده است.

دومین ابزار مورد استفاده در این پژوهش پرسش نامه گرایش کارآفرینانه می باشد. این پرسش نامه شامل ۲۳ سؤال است و در قالب مقیاس پنج گزینه ای لیکرت تنظیم شده است که ۵ بعد گرایش کارآفرینانه را سنجیده است. پرسش نامه سوم مورد استفاده در این پژوهش، مربوط به مدیریت دانش است. این پرسش نامه شامل ۲۵ سؤال است و در قالب مقیاس پنج گزینه ای لیکرت تنظیم شده است که ۳ بعد مدیریت دانش را سنجیده است.

ج - روایی و پایایی تحقیق

روایی پرسش نامه های تحقیق با استفاده از نظر اساتید مرتبط با موضوع پژوهش تعیین و مورد تأیید قرار گرفت و همانطور که گفته شد در تحلیل عاملی روایی سازه نیز اندازه گیری شد که نشان داد همه سؤالات

تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش گردآوری داده ها، توصیفی و از حیث ارتباط بین متغیرهای تحقیق از نوع همبستگی است. روش انجام تحقیق نیز به صورت پیمایشی بوده که از مهمترین مزایای آن قابلیت تعمیم نتایج است. متغیرهای تحقیق عبارتند از اقتصاد مقاومتی به مثابه متغیر پیش بین، گرایش کارآفرینانه و مدیریت دانش به مثابه متغیر ملاک.

ب - ابزار گردآوری اطلاعات

به منظور بررسی ارتباط بین متغیرهای تحقیق، اطلاعات و یافته های مورد نیاز از طریق بهره گیری از سه نوع پرسش نامه ۲۷ سؤالی برای سنجش اقتصاد مقاومتی، پرسش نامه ۲۳ سؤالی برای سنجش گرایش کارآفرینانه و پرسش نامه ۲۵ سؤالی برای سنجش مدیریت دانش گردآوری شدند (لازم به ذکر است هیچکدام از پرسش نامه ها استاندارد نبوده و توسط محققان تدوین شده اند و برای روایی آنها از تحلیل عاملی استفاده شده است).

هـ - روش تحلیل داده‌ها

در این تحقیق از روش همبستگی برای تحلیل داده‌ها و تبیین روابط بین متغیرهای موجود استفاده شد. به طوری که اقتصاد مقاومتی به عنوان متغیر وابسته، گرایش کارآفرینانه و مدیریت دانش به عنوان متغیر مداخله در نظر گرفته شد. به این ترتیب فرضیه‌های مطرح شده مورد آزمون قرار گرفت. کلیه محاسبات با نرم افزار SPSS صورت گرفت.

یافته های پژوهش

الف - توصیف آماری جامعه

اطلاعات جامعه آماری مورد پژوهش، در قالب جدول ۲ ارائه شده است:

دارای همبستگی بالایی با متغیر مکنون خود می‌باشند (بار عاملی در تمامی موارد بالاتر از ۷/۰ بوده است). در ارتباط با پایایی این پرسش‌نامه‌ها، آلفای کرونباخ برای ۳۰ پرسش‌نامه اولیه محاسبه گردید (۸۴۳/۰) که نشان می‌دهد پرسش‌نامه از پایایی کافی و خیلی خوبی برخوردار بوده است.

د - جامعه آماری

جامعه آماری پژوهش حاضر، صنعتگران و کارآفرینان شهرک صنعتی سلیمی، واقع در ۴۵ کیلومتری شهر تبریز و نمونه تحقیق، ۱۰۰ نفر از این کارآفرینان و صنعتگران بوده است. هر سه ابزار اندازه‌گیری میان ایشان که دارای مدرک تحصیلی کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری بودند توزیع شد.

جدول ۲: مشخصات اعضای نمونه تحقیق

شاخص	مورد	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۸۸	۸۸
	زن	۱۲	۱۲
	کل	۱۰۰	
سن	۲۰ تا ۳۰	۱۵	۱۵
	۳۰ تا ۴۰	۶۵	۶۵
	۴۰ تا ۵۰	۱۲	۱۲
	۵۰ تا ۶۰	۸	۸
	بیشتر از ۶۰	۰	۰
تحصیلات	دیپلم	۱۰	۱۰
	فوق دیپلم	۱۰	۱۰
	کارشناسی	۳۰	۳۰
	کارشناسی ارشد	۳۷	۳۷
	دکتری	۱۳	۱۳

ب - آزمون فرضیه‌ها

بعد از اطمینان یافتن از صحت مدل‌های اندازه‌گیری (تحلیل عاملی تأییدی مفاهیم اقتصاد مقاومتی، گرایش کارآفرینانه و مدیریت دانش)، فرضیه‌های اصلی تحقیق

مورد آزمون قرار گرفتند یا به عبارت دیگر رابطه میان اقتصاد مقاومتی با گرایش کارآفرینانه و مدیریت دانش و رابطه بین گرایش کارآفرینانه و مدیریت دانش با هم سنجیده شد که نتایج آن به صورت زیر است:

جدول ۳: ضرایب همبستگی بین اقتصاد مقاومتی و گرایش کارآفرینانه و مدیریت دانش

ابعاد اقتصاد مقاومتی									متغیر
کار جهادی	حمایت از تولید ملی	استفاده از امکانات	مدیریت مصرف	اقتصاد دانش بنیان	اقتصاد مردمی	مقابله با دشمن	اقتصاد مقاومتی	شاخص	
۰/۷۶۱	۰/۸۷۵	۰/۷۱۶	۰/۵۱۴	۰/۶۲۰	۰/۶۴۸	۰/۳۹۵	۰/۷۲۷	ضریب همبستگی پیرسون	گرایش کارآفرینانه
۰/۰۰۱	۰/۰۰۰	۰/۰۰۱	۰/۰۰۰	۰/۰۰۱	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معناداری	
۰/۵۰۱	۰/۶۰۹	۰/۴۶۱	۰/۳۰۳	۰/۸	۰/۷۰۵	۰/۶۰۳	۰/۵۴۳	ضریب همبستگی پیرسون	مدیریت دانش
۰/۰۰۰	۰/۰۰۱	۰/۰۰۰	۰/۰۰۵	۰/۰۰۵	۰/۰۰۱	۰/۰۰۵	۰/۰۰۰	سطح معناداری	
۱۰۰									تعداد نمونه

جدول ۴: ضرایب همبستگی بین گرایش کارآفرینانه و مدیریت دانش

ابعاد گرایش کارآفرینانه							متغیر
مخاطره پذیری	اقدام آینده نگر	نوآوری	برتری جویی رقابتی	استقلال	گرایش کارآفرینانه	شاخص	
۰/۵۳۰	۰/۶۷۱	۰/۷۲۱	-۰/۳۴۸	-۰/۷۳۴	۰/۶۳۰	ضریب همبستگی پیرسون	گرایش کارآفرینانه
۰/۰۰۵	۰/۰۰۱	۰/۰۰۰	۰/۰۴۲	۰/۰۰۵	۰/۰۰۰	سطح معناداری	
۱۰۰							تعداد نمونه

دارای همبستگی معناداری است. براین اساس، همبستگی استقلال و برتری جویی رقابتی با مدیریت دانش منفی است. بیشترین همبستگی مثبت بین نوآوری و مدیریت دانش و کمترین همبستگی مثبت بین مخاطره پذیری و مدیریت دانش وجود دارد. همچنین همبستگی منفی بین استقلال و مدیریت دانش بسیار بالاست.

براساس نتایج به دست آمده در این تحقیق، رابطه بین اقتصاد مقاومتی و گرایش کارآفرینانه و مدیریت دانش، مهم و تأثیرگذار است. اگرچه به نظر می رسد مدیریت دانش با برخی از ابعاد گرایش کارآفرینانه دارای رابطه معکوس است، اما در مجموع نمی توان از اهمیت مدیریت دانش در اقتصاد مقاومتی چشم پوشی نمود.

براساس نتایج به دست آمده در جدول ۳، رابطه معنادار بین اقتصاد مقاومتی و گرایش کارآفرینانه و مدیریت دانش، تأیید می شود. براین اساس، بین اقتصاد مقاومتی و گرایش کارآفرینانه همبستگی بالاتری مشاهده می شود. همچنین در میان ابعاد اقتصاد مقاومتی، حمایت از تولید ملی بالاترین همبستگی و مقابله با دشمن پایین ترین همبستگی را با گرایش کارآفرینانه دارد.

از میان ابعاد اقتصاد مقاومتی، اقتصاد دانش بنیان بالاترین و مدیریت مصرف پایین ترین همبستگی را با مدیریت دانش دارد. براین اساس، فرضیه اصلی تحقیق تأیید می گردد.

با توجه به جدول ۴، گرایش کارآفرینانه با مدیریت دانش

۴. نتیجه گیری

در این پژوهش، محققان به دنبال تبیین رابطه بین اقتصاد مقاومتی، مدیریت دانش و گرایش کارآفرینانه بودند. براساس مبانی نظری، گرایش کارآفرینانه نوعی اقدام آینده‌نگر است که به دنبال استفاده از فرصت‌های موجود در دستیابی به اهداف می‌باشد. رابطه بین فرهنگ و گرایش کارآفرینانه در پژوهش‌های پیشین تأیید شده است. از سویی، فرض محققان این پژوهش، وجود رابطه معنادار بین گرایش کارآفرینانه و اقتصاد مقاومتی بود که پس از آزمون، مورد تأیید قرار گرفت. همبستگی بالا بین حمایت از تولید ملی و گرایش کارآفرینانه، ضمن تقویت یافته‌های فرهنگی پیشین، نمایانگر ضعف‌هایی در سیاست‌های دولتی در حمایت از تولید و کارآفرینی است.

مدیریت دانش، با فراگردهای اصلی حفظ و نگهداری، به‌کارگیری و به‌اشتراک‌گذاری، همبستگی پایین‌تری را با اقتصاد مقاومتی در مقایسه با گرایش کارآفرینانه از خود نشان داد. همبستگی بالای مدیریت دانش با بعد اقتصاد دانش‌بنیان، در راستای مطالعات پیشین بوده و مؤید آن نتایج است.

از سویی، به نظر می‌رسد همبستگی منفی بین برخی از ابعاد مدیریت دانش و گرایش کارآفرینانه، دارای ریشه‌های فرهنگی است. برای مثال، استقلال‌طلبی در گرایش کارآفرینانه، بالاترین همبستگی منفی را با مدیریت دانش از خود نشان داده است؛ براین اساس، تسهیم و به‌اشتراک‌گذاری دانش از سوی جامعه مورد پیمایش، نامطلوب و در تضاد با استقلال ایشان ارزیابی شده است.

هنوز تحقیقات بسیار زیادی باید انجام پذیرد تا نظریه اقتصاد مقاومتی با ابعاد گوناگون خود بتواند تبیین شود. همچنین مدیریت دانش، ابزاری برای توسعه بیشتر است و کارآفرینی نیروی محرکه توسعه است. به نظر می‌رسد متغیرهای فرهنگی در رابطه بین کارآفرینی و مدیریت دانش بسیار مهم است؛ شاید تلقی کارآفرینان از تسهیم دانش با توجه به شرایط فرهنگی کشور، قدری منفی باشد.

همچنین همبستگی بالای اقتصاد مقاومتی، مدیریت دانش و گرایش کارآفرینانه، نوعی تلقی منفی در مورد مفاهیم موجود در ادبیات علمی را زیر سؤال می‌برد. براین اساس، با توجه به شرایط فرهنگی کشور، می‌توان به بومی‌سازی این مفاهیم، امیدوار بود.

در انجام پژوهش حاضر، برخی از محدودیت‌ها وجود داشتند که برای اطلاع محققان به آنها اشاره می‌شود:

۱. در سنجش ابعاد گرایش کارآفرینانه، باید ویژگی‌های فرهنگی به‌عنوان متغیرهای مداخله‌گر موردنظر قرار گیرند که در این تحقیق به آنها پرداخته نشد.
۲. به نظر می‌رسد هریک از ابعاد اقتصاد مقاومتی خود به‌تنهایی باید در ارتباط با متغیرهای دیگر سنجیده شود؛ براین اساس، هریک از این ابعاد در سطوح گوناگون تحلیل قابل طرح و بررسی است.
۳. برای دسترسی به نتایجی با اطمینان‌بخشی بیشتر، نیازمند جامعه و نمونه‌ای وسیع‌تر خواهیم بود.

پیشنهادها

براساس نتایج تحقیق، موارد زیر در سطح سازمانی پیشنهاد می‌گردد:

۱. نوآوری و شکوفایی به‌عنوان محرک رشد پایدار شناخته شده و تأکید ویژه‌ای بر استمرار آن در سازمان‌های دولتی گردد.

۲. فرهنگ جهادی عمل کردن با اجرای برنامه‌های مشخص و مطالعات گوناگون در سازمان‌های دولتی نهادینه شود.

۳. سازمان‌های دولتی باید با استفاده از نهادهای ساخت کشور حمایت از تولید داخلی را در عمل نشان دهند. یکی از تأثیرات آن عبارت است از اینکه به صورت مستقیم بر رشد و شکوفایی تولید اثر دارد، نه به صورت غیرمستقیم و با واسطه. نکته دیگر اینکه با حمایت از تولید داخلی (مخصوصاً در مواردی که توانایی تولید کالا در داخل وجود دارد) وابستگی به دنیای خارج کاسته خواهد شد. با کاسته شدن وابستگی به دنیای خارج و به‌خصوص دنیای غرب که مجری فشار و تحریم بر کشورمان است، اثربخشی تحریم‌ها کاهش می‌یابد و در نتیجه، به رشد و شکوفایی اقتصاد می‌انجامد. البته مزایای بسیاری در حمایت از تولید داخلی نهفته است که از جمله‌ی آنها می‌توان به ایجاد اشتغال برای نیروی کار داخلی، کمتر شدن فشار توری، توجه به برند (نماد) داخلی در صنایع مختلف، تقویت بخش خصوصی، کاستن از بار مالی دولت، ارزآوری کالاهای غیرنفتی و بسیاری موارد دیگر اشاره کرد. همه‌ی موارد فوق در راستای تعریف گفته‌شده از اقتصاد مقاومتی قرار می‌گیرند. در واقع «حمایت از تولید داخلی» به صورت مستقیم، یعنی فراهم نمودن زمینه‌ی رشد و شکوفایی برای اقتصاد، به اقتصاد مقاومتی کمک می‌کند.

۴. برای کاربردی کردن دانش، مدیران بایستی قوانین دست و پا گیر را به حداقل برسانند. به جای ایجاد موانعی

نمایندگی‌های فروش شرکت سهامی بیمه ایران در شهر تهران. توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره دوم، زمستان ۱۳۸۷. ۳۴ - ۱۱.

• پیغامی، عادل (۱۳۹۱)، «ده نکته درباره تحقق اقتصاد مقاومتی». پایگاه حفظ و نشر آثار حضرت آیت الله العظمی خامنه‌ای.

• پایگاه اطلاع‌رسانی مقام معظم رهبری.

• جعفری مقدم، سعید (۱۳۸۲)، «مستندسازی تجربیات مدیران (از دیدگاه مدیریت دانش)». تهران. مؤسسه تحقیقات و آموزش مدیریت.

• حسن زاده، محمد (۱۳۸۵)، «بررسی مدیریت دانش در دولت جمهوری اسلامی ایران». پایان‌نامه دکترای کتابداری. دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه فردوسی مشهد.

• دادورخانی، فضیله؛ رضوانی، محمدرضا؛ «ایمنی قشلاق»، سیایش؛ بوذرجمهری، خدیجه (۱۳۸۷)، «تحلیل نقش گردشگری در توسعه ویژگی‌های کارآفرینانه و گرایش به کارآفرینی در بین جوانان روستایی؛ مطالعه موردی: روستای کندوان و اسکندران شهرستان اسکو». پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۷۸، زمستان ۱۳۹۰. ۱۹۵ - ۱۶۹.

• ربیعی، مهناز (۱۳۸۸)، «اثر نوآوری و سرمایه انسانی بر رشد اقتصادی در ایران». مجله دانش و توسعه، سال شانزدهم، شماره ۲۶، بهار ۱۳۸۸. ۵۶ - ۴۰.

• رضایی، جواد؛ محمد ناد علی و جواد علیزاده (۱۳۹۰)، «بررسی رابطه علی رشد بهره‌وری کل عوامل تولید و رشد اقتصادی (مطالعه موردی بخش بازرگانی)». فصلنامه پژوهشنامه اقتصادی، سال یازدهم، شماره دوم، تابستان ۱۳۹۰. ۱۳۶ - ۱۱۸.

• سازمان بسیج مستضعفان (۱۳۹۱)، ویژه‌نامه اقتصاد مقاومتی.

• سالواتوره، دومینیک (۱۳۸۴)، «تئوری و مسائل اقتصاد خرد»؛ ترجمه حسن سبحانی. تهران. نشر نی.

• مختاری، لیلا (۱۳۸۶)، «نقش فرهنگ سازمانی در تسهیل اجرای فرآیند مدیریت دانش در گروه خودرو سازی سایپا». پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده روانشناسی و علوم اجتماعی.

۱۱. نوناکا، ایکوجیرو و هیروتاکا تاکه‌اوجی (۱۳۸۵)، «مدیریت دانش شرکت‌های دانش‌آفرین». ترجمه علی عطافر، جبار اسلامی، «آناهیتا کاوه و سعید انالویی. تهران. سما.

که خلاقیت را از بین می‌برند، مدیران بایستی به کارکنان ابزاری را بدهند تا تولید خودشان را بالا ببرند (تأکید بر ساختار و فراگردهای دانش‌مدار).

۵. مدیران سازمان‌های دولتی باید به کارکنان اجازه دهند تا در تصمیمات مشارکت فعال داشته باشند و تا حد امکان به دانش سازمانی دسترسی داشته باشند (تأکید بر منابع دانش).

۶. به جای تأکید سنتی بر کنترل افراد و رفتارهای آنها، با تعریف اهداف و روش‌ها، مدیر باید سازمان را به‌عنوان مجموعه‌ای انسانی تلقی کند که قادر است معانی متنوع نسبت به بروندهای اطلاعات تولید شده توسط نظام‌های مبتنی بر فناوری را فراهم کند (تأکید بر کارآفرینی سازمانی).

۷. کارکنان نیاز دارند که با تمرکز بیشتری، فعالیت‌های رقبای خارجی را رصد کنند. چراکه در این صورت اتحاد و همکاری از طریق تشکیل گروه‌های عملکردی بیشتر می‌شود (تأکید بر ایجاد کسب و کار جدید).

۸. هر چند وقت یکبار به صورت منظم و مداوم، روش‌ها و طرق انجام کار، ارزیابی شود تا با محیط بیرونی که به‌گونه‌ای پویا در حال تغییر است، سازگار شود (تأکید بر نوآوری در محصول و فراگرد).

۹. مدیران باید فضایی را مهیا کنند تا اطلاعات سازمانی در دسترس اعضای سازمان که به اقدامات نزدیکترند، قرار گیرد و تضمین کند که آنها مهارت‌ها و اختیار اجرای واکنش‌های قاطع در مقابل شرایط متغیر را دارند (تأکید بر کارایی با به‌کارگیری دانش صحیح در اتخاذ تصمیمات اثربخش).

۱۰. مدیران باید از طریق درگیری فوق‌فعال، صورت‌سازی‌های ذهنی و خلاقیت کارکنان را برای تسهیل هرچه بیشتر تنوع درونی تشویق نمایند تا با تنوع و پیچیدگی محیط‌های خطرآفرین مطابقت نماید (تأکید بر ریسک‌پذیری).

۱۱. باید ترس از خطا و اشتباه را به بیرون از سازمان ببرند و این کار را به واسطه روابط ساختاری که براساس اعتماد میان مدیران و زیردستان و رابطه بین همکاران و هم‌قطاران می‌باشد، انجام دهند (تأکید بر فرهنگ دانش‌مدار).

منابع

• احمدپور داریانی، محمود (۱۳۷۹)، «کارآفرینی؛ تعاریف، نظریات، الگوها». تهران: شرکت پردیس ۵۷. چاپ دوم.

• ایمانی‌پور، نرگس و مهدی زیودار (۱۳۸۷)، «بررسی رابطه گرایش به کارآفرینی شرکتی و عملکرد»؛ مطالعه موردی:

- Alavi, M., & Leidner, D.E. (2001). "Knowledge management and knowledge management systems: Conceptual foundations and research issues". MIS Quarterly, Vol. 25 No.1. Pp107-136
- Bhatt, G.(2000) "Managing Knowledge through people". Knowledge and Process Management. Journal of Business Transformational, Vol.5 No.3, pp. 165-71.
- Covin, G. & Slevin, D. (1989), "Strategic management of small firms in hostile and benign environments". Strategic Management Journal , Vol. 10 No. 1, pp. 75-87.
- Drucker, P. F. (1999). "Knowledge worker productivity: the biggest challenge". California Management Review, 41 (2), 79-94.
- Langkamp, B. (2012) "Individual entrepreneurial orientation: development of a measurement instrument". Education Training. Vol. 54 No. 2/3, 2012. pp. 219-233.
- Li, Yong Hui; Huang, Jing Wen & Tsai, Ming Tien (2008), "Entrepreneurial orientation and firm performance: The role of knowledge creation process. Industrial Marketing Management.
- Lumpkin, G. & Cogliser. (2009), "Understanding and measuring autonomy: an entrepreneurial orientation perspective". Entrepreneurship Theory and Practice , Vol. 33, No. 1, pp. 47-69.
- Lumpkin, G.T& Dess, G.G. (1996), "Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance". The Academy of Management Review, Vol. 21 No. 1, pp. 135-172.
- Lyon, D.; Lumpkin, G.T. and Dess, G.G. (2000), "Enhancing entrepreneurial orientation research: operationalizing and measuring a key strategic decision making process". Journal of Management, Vol. 26 No. 5, pp. 1055-1085.
- Malhotra, Y. (2004) Why knowledge management system fail? Enablers and constraints of knowledge management learned: What Works and What Does not, Inform a on Today.
- Miller, D. (1983), "The correlates of entrepreneurship in three types of firms", Management Science , Vol. 29, No. 7, pp. 770-791.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H.(1995). "The knowledge creating company". New York: Oxford University Press.
- Rauch, A.; Wiklund, J.; Lumpkin, G.T. & Frese, M. (2009), "Entrepreneurial orientation and business performance: an assessment of past research and suggestions for the future". Entrepreneurship Theory and Practice , Vol. 33 No. 3, pp. 761-787.
- Runyan, R.; Droge, C. & Swinney, J. (2008), "Entrepreneurial orientation versus small business orientation: what are their relationships to firm performance?". Journal of Small Business Management , Vol. 46 No. 4, pp. 567-588.
- Vecchio , R.(2000) "Organizational behavior. Fourth edition", Horcourt.
- Wang, C. (2008), "Entrepreneurial orientation, learning orientation, and firm performance". Entrepreneurship Theory and Practice , Vol. 32 No. 4, pp. 635-57.
- Wang, C. (2008), "Entrepreneurial orientation, learning orientation, and firm performance". Entrepreneurship Theory and Practice, Vol. 32 No. 4, pp. 635-57.
- Watson .L, (2003) "Applying knowledge management (e-book): Techniques for building corporate memories". Morgan Kaufmann publishers , pp.5-10 .
- Wiig, K.M. (2002). "Knowledge Management In Public Administration". Journal Of Knowledge Management. Vol. 6 No. 3 Pp 224-239.

۱۲. هاشمی، صدیقه السادات (۱۳۸۹)، «مطالعه تطبیقی استقرار چرخه مدیریت دانش در دانشگاه تهران و دانشگاه علوم انتظامی». رساله کارشناسی ارشد دانشگاه علامه طباطبایی.