

تأثیر شرکت های دانش بنیان ورزشی بر کارآفرینی

نصیب اله عباسی^{۱*}

اکبر مهدوی قره آغاچ علیا^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۱/۰۱ تاریخ چاپ: ۱۴۰۳/۰۳/۳۱

چکیده

هدف از تحقیق حاضر، تأثیر دانش بنیان ورزشی بر کارآفرینی بود. روش تحقیق توصیفی که از نظر هدف تحقیق، کاربردی بود و به صورت میدانی انجام شد. جامعه آماری پژوهش فوق مدیران و دست اندرکاران شرکت های دانش بنیان ورزشی بود که تعداد شرکت های دانش بنیان مورد تحقیق ۲۳ شرکت بودند که تعداد مدیران و معاونان آنها ۵۸ نفر بودند که نمونه گیری به صورت تمام شمار انتخاب به تعداد ۵۸ نفر انتخاب شدند. ابزار گردآوری پرسشنامه های دانش بنیان گوزل زاده و همکاران (۱۳۹۷) و پرسشنامه کارآفرینی ورزشی حسینی اقدم (۱۳۹۰) بود. روش نمره گذاری به صورت طیف ۵ ارزشی لیکرت بود. برای تجزیه و تحلیل از آمار توصیفی (فراوانی، میانگین، انحراف معیار و...) و برای تجزیه و تحلیل فرضیات تحقیق به وسیله معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار Amose23 استفاده شد. یافته های تحقیق نشان داد که شرکت های دانش بنیان بر کارآفرینی ورزشی با ضریب معناداری ۰,۶۰ تأثیر مثبت و معناداری دارد. بنابراین می توان نتیجه گرفت که ارائه فناوری های نوین، ایجاد تجهیزات پیشرفته یا ارائه سیستم های مدیریتی مبتنی بر داده، کارآفرینان ورزشی را تشویق به ایتکارات و کسب و کارهای جدید کنند.

واژگان کلیدی

دانش بنیان، کارآفرینی، ورزش

^۱ فارغ التحصیل کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور. (Nasibabbasi102@gmail.com)

^۲ دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران. (Mahdaviakbar65@gmail.com)

۱. مقدمه

در عصر فرا صنعتی، یکی از ارکان پیشرفت و توسعه پایدار در هر کشوری شکوفایی شرکت های دانش بنیان است. در کشور ایران نیز اخیراً توجه ویژه ای به رشد و شکوفایی این شرکت ها علی الخصوصی شرکت های ورزشی دانش بنیان در بین سیاست گذاران شکل گرفته است. یکی از چالش های موفقیت این شرکت ها در حوزه ورزش، تداوم رشد و پایداری آنهاست. با ظهور پدیده های نوین در فناوری اطلاعات و رشد و توسعه سریع فناوری های برتر، الگوی رشد اقتصادی جهانی و سیستم مدیریت سازمانها تغییرات اساسی کرده است و دانش، منبع اصلی مزیت رقابتی در سازمانهای پیشرفته به شمار می رود؛ بنابراین مدیریت دانش کلید اصلی بقا و عملکرد سازمان در تغییرات مداوم محیط اقتصادی، فناورانه، سیاسی و اجتماعی است (ونگکیتا چالام و ویلموت، ۲۰۱۷، ۱). امروزه به دلیل تشدید فضای رقابتی، سازمان ها در تصمیم گیری و اتخاذ استراتژی رقابتی خود تنها به منابع محدود درون سازمانی و اطلاعات به طور تصادفی کسب شده از فضای پیرامون اکتفا نمی کنند. درحقیقت داشتن اطلاعات صحیح، تأثیرگذار و به روز از فضای اطراف یکی از ابزارهای قدرت در سطح ملی و سازمانی محسوب می شود؛ از این رو رقابت شرکت های متنوع به توانایی آنها در استفاده از دانش مرتبط با استفاده از فرایندهای انتقال دانش داخلی در شبکه سازمانی بستگی دارد (ویلاسالرو، ۲۰۱۷، ۲). بنابراین دانش یکی از مهمترین داراییهای سازمان در نظر گرفته می شود و به طور فزایندهای برای حفظ مزیت رقابتی سازمان، مدیریت می شود. سازمانهای آگاه می دانند که دانش، سرمایه های فکری است و تنها سرمایه ای است که با گذشت زمان تغییر می کند و اگر به طور مؤثر استفاده شود، میتواند خلاقیت و نوآوری سازمان را حفظ کند (اریکسون و روتبرگ، ۲۰۱۵، ۳). وستبرگ (۲۰۱۱، ۴) در پژوهش خود با عنوان محیط مبتنی بر دانش بیان می کنند که گسترش تحولات در عرصه دانش از دارایی های استراتژیک سازمان است که اهداف بلندمدت سازمان را از حیث رقابتی و اقتضات محیطی ارتقا می دهد و در محیط های پویا کاربرد استراتژیک دارد و باعث کاهش خطر از دست رفتن دانش با ارزش سازمان به واسطه افت کارکنان و کاهش خطر از دست دادن حافظه سازمان هنگام تعدیل نیروی انسانی می شود (کارایانیس، ۲۰۱۸، ۵). کارآفرینی ورزشی، حوزه به سرعت در حال رشدی از کارآفرینی و تحقیقات مدیریت ورزش است. فرایند کارآفرینی در ورزش دربردارنده فعالیت های کارآفرینی اجتماعی و نوآوری اجتماعی است که در زمینه ورزشی انجام می شوند. ورزش در جایگاه یک صنعت، جزء بزرگترین صنایع جهان محسوب می شود و بر صنایع دیگر از جمله آموزش و پرورش و گردشگری تاثیر می گذارد که خود آنها هم بر نوآوری اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی تمرکز یک پارچه ای دارند. کارآفرینی ورزشی با کاربرد استراتژی های کارآفرینی برای سرمایه گذاری های تجاری ارتباط دارد. روش این کارآفرینی استفاده از مهارت های اجتماعی و دانش بازار است. یکی از وظایف مهم مدیران، مراقبت دائم از تغییرات بازار است. کارآفرینان برای شناسایی فرصت های بازار، معمولاً از اطلاعات نامتقارنی استفاده می کنند. این کاربردهای گوناگون کارآفرینانه در حوزه ورزش، مربوط به منشأ کارآفرینی می شوند. کارآفرین ورزشی باید فرصت های موجود، قابل ایجاد و یا کشف در زمینه ورزش را دریافته و از آن فرصت ها برای خلق فعالیت کارآفرینانه نوپا استفاده نماید. ورزش زمینه های متعددی را شامل می شود که می تواند زمینه های تولیدی، خدماتی، توزیعی و یا سایر جنبه های فرعی مرتبط با ورزش را

¹ . Venkitachalam & Willmott

² . Villasalero

³ . Erickson & Rothberg

⁴ . Westerberg

⁵ . Carayanni.

شامل شود. در سال های اخیر، گسترش رشته مدیریت ورزشی از یک سو، و توسعه رشته کارآفرینی از سوی دیگر، چارچوب جدیدی را در بستر ورزش پدید آورده اند. به گونه ای که در تلاقی این دو رشته رویکرد جدیدی از مدیریت ورزشی و کارآفرینی به وجود آمده است. از این رو، این پرسشنامه قصد دارد تا به بررسی شاخص های کارآفرینی در ورزش، به بسط و توسعه کارآفرینی در مدیریت ورزشی نایل گردد. کارآفرینی ورزشی با کاربرد استراتژی های کارآفرینی برای سرمایه گذاری های تجاری ارتباط دارد. روش این کارآفرینی استفاده از مهارت های اجتماعی و دانش بازار است. یکی از وظایف مهم مدیران، مراقبت دائم از تغییرات بازار است. کارآفرینان برای شناسایی فرصت های بازار، معمولاً از اطلاعات نامتقارنی استفاده می کنند. این کاربردهای مختلف کارآفرینی در ورزش، مربوط به منشأ کارآفرینی می شوند. برای نخستین بار، شومپتر (۱۹۱۲) اصطلاح «کارآفرین» را برای اشاره به فردی استفاده کرد که نوآور است و به دنبال فرصت می گردد. از زمان مقاله اصلی شومپتر تا کنون، کارآفرینان همچنان نقش مهمی در رشد اقتصادی جوامع خود ایفا می کنند. اخیراً یکی از راه های تقویت رشد اقتصادی از طریق برون سپاری بوده است، که خودش به عنصر رایجی در محیط کسب و کار ورزشی دنیا تبدیل شده است. کارآفرینی شامل افرادی در محیط ورزشی است که ذهنیتی را توسعه می دهند که نوآوری را تقویت می کند. ذهنیت کارآفرینی این طور تعریف می شود: «شیوهی تفکری درباره ی کسب و کار که بر ایجاد فرصت هایی در شرایط نامطمئن تمرکز دارد و با چشم اندازی رشدگرا، انعطاف پذیری، خلاقیت، نوآوری و تکرار همراه است.» کارآفرینان ورزشی با جست و جوی روندها و فرصت های آتی، تغییرات مداوم و نوآوری را تقویت می کنند. بنابراین کارآفرینان ورزشی می توانند افرادی باشند که با ایجاد سرمایه گذاری کارآفرینانه، در حیطه ی ورزشی نوآور، فعال و ریسک پذیر هستند. این کارآفرینان می توانند در صنعتی خاص یا در حوزه ی ویژه ای همچون ورزش صاحب تجربه باشند موفقیت محصولات جدید به عنوان برترین عامل برای موفقیت شرکت ها و حتی بقای آنها محسوب می شود. با این حال بررسی های متعدد نشان می دهد که نرخ شکست توسعه محصول جدید به عنوان یک معضل اساسی در بسیاری از شرکت ها مطرح بوده است. شرکت های بسیاری سعی دارند تا قبل از توسعه محصول جدید، اقدام به پیش بینی موفقیت توسعه محصول جدید نمایند (سلطانی فسقندیس و همکاران، ۱۳۹۵). توسعه ی محصول جدید فرآیندی است که در آن محصول یا خدمتی جدید به بازار عرضه می شود. موفقیت این فرآیند را می توان با تعریف شاخص هایی که نشان دهنده ی میزان این موفقیت یا عدم موفقیت است، اندازه گیری کرد. اصطلاح توسعه ی محصولات جدید، هم در مورد محصولاتتی که به طور کلی در دنیا جدید هستند و هم در مورد اعمال حداقل بهبود و تغییر در محصولات موجود به کار می رود. امروزه عمر بازار محصولات در حال کاهش است و پیش بینی می شود که نرخ توسعه ی ۳ محصولات در هر پنج سال دو برابر شود (کانت^۶ و همکاران، ۲۰۱۲). در حال حاضر مطالعات گسترده ای در مورد توسعه محصول جدید در سازمان های مختلف از قبیل دانشگاه ها، شرکت های مشاوره و تولیدی، و در دامنه وسیعی از رشته ها از قبیل مدیریت تکنولوژی، تجارت، بازاریابی، مهندسی و ... در حال انجام است. آنچه امروزه در میان عوامل مهم در موفقیت شرکت های دانش بنیان حائز اهمیت و تأکیدی بیشتر است، نقش کارآفرینی و توسعه محصولات جدید می باشد. چه بسا شرکت های دانش بنیانی که به رغم سرمایه گذاری زیاد برای کارآفرینی و توسعه محصولات جدید، استفاده از استراتژی های بازاریابی مناسب، بکارگیری فناوری های پیشرفته و جذب افراد متخصص به سختی شکست خورده اند. زیرا عمده مشکلات این گونه شرکت ها، عدم شناسایی عوامل درون سازمانی موثر برای کارآفرینی ورزشی در فرایند استراتژی

^۶. kant

بازاریابی و فرایند توسعه محصولات جدید است. بنابراین با توجه به گفته های پیشین محقق در این تحقیق به دنبال این است که شرکت های دانش بنیان ورزشی بر کارآفرینی ورزشی تاثیر دارد؟

پیرجمادی و همکاران (۱۳۹۸) در تحقیقی با عنوان طراحی مدل شرکت های ورزشی دانش بنیان پایدار در ایران به این نتیجه رسیدند که عوامل ساختاری، دولتی، زیرساخت های سخت و همچنین سیاستگذاری همکاری بخش خصوصی و دولتی از علل اصلی، مهارت های شرکت های ورزشی دانش بنیان، عوامل سیاسی و همچنین عوامل مالی و مدیریتی از جمله عوامل زمینه ای و نمایشگاه ها و همایش های استارتآپی ورزشی برای خلق ایده های خلاقانه، یکپارچگی شرکت ها، مشاوران و همچنین برندسازی از جمله عوامل مداخله گر بودند. تسهیل مقررات، نیروی انسانی متخصص و ایجاد مؤسسه تخصصی مادر از جمله راهبردهای این پژوهش بودند که میتواند به اشتغال زایی، توسعه و پیشرفت ورزش و رشد پایدار اقتصادی کشور در شرایط تحریم کمکی درخور توجه کنند. خاتمی و وحیدی (۲۰۱۶) در پژوهش خود با عنوان بررسی عوامل مؤثر بر پیشرفت شرکت های دانش بنیان عوامل فناوری، اجتماعی، شرایط بازار، سیاستی، مدیریتی، اقتصادی، قانونی و زیست محیطی را از عوامل مهم برشمردند که از میان این عوامل، عوامل فناوری، اقتصادی و قانونی سه فاکتور اصلی و تأثیرگذار هستند. رجبی (۲۰۱۷) در پژوهش خود با عنوان ارائه مدل پایداری شرکت های نوپای دانش بنیان با رویکرد فضای کسب و کار عوامل خارجی از جمله زیرساخت ها، قوانین، تحریم ها، ویژگی صنعت و تقاضا را از عوامل مؤثر بر پایداری شرکت های نوپای دانش بنیان برشمرد و تقاضا با به عنوان مهمترین عامل اثرگذار ذکر کرد. مارتینز و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهش خود با عنوان مدیریت دانش در زمینه پایداری به این نتیجه دست یافتند که در رابطه با ظرفیت دانشگاه ها به عنوان موتور تولید دانش و در رابطه با کاربرد مدیریت دانش، فرصت هایی در پایداری شرکت های کوچک و متوسط وجود دارد. راتن (۲۰۱۸) نیز در پژوهش خود عواملی چون توانایی فرد برای تبدیل ایدهها به عمل، خلاقیت، نوآوری، ریسک پذیری، توانایی برنامه ریزی و مدیریت پروژه ها، توسعه فناوری، تولید و انتشار دانش ورزشی، ایجاد بازارهای بین المللی جلدی، خلق فرصت های توسعه و کاربرد دانش، بهینه سازی منابع، روش های نوین بازاریابی، رسانه، شبکه های دیجیتال و سرمایه گذاری دولت را از عوامل مهم و تأثیرگذار بر ترویج و پایداری شرکت های دانشی در حوزه ورزش ذکر کرده اند.

۲. روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف از نوع تحقیقات کاربردی و از نظر ماهیت و محتوایی از نوع توصیفی - پیمایشی بود. همچنین پژوهش حاضر از نوع مدل یابی علی یا از نوع مدل سازی معادلات ساختاری است و رابطه بین متغیرها آزموده شد. جامعه هدف این تحقیق شامل مدیران و معاونان شرکت های دانش بنیان ورزشی به تعداد ۲۳ شرکت بودند که جمع معاونان و مدیران این شرکت ها ۵۸ نفر می باشند. چارچوب نمونه این پژوهش شامل معاونان و مدیران شرکت های دانش بنیان ورزشی هستند. با توجه به محدود حجم نمونه، نمونه گیری به صورت تمام شمار انتخاب و حجم نمونه ۵۸ نفر تعیین شدند. ابزار گردآوری اطلاعات در این تحقیق پرسشنامه ای می باشد که شامل پرسشنامه دانش بنیان (گوزل زاده، ۱۳۹۷) و پرسشنامه کارآفرینی ورزشی حسینی اقدم (۱۳۹۰) بودند که شیوه نمره گذاری این پرسشنامه ها براساس طیف ۵ ارزشی لیکرت از خیلی زیاد (نمره ۵) تا خیلی کم (نمره ۱) می باشد. برای تأیید روایی صوری و محتوایی پرسشنامه ها، پرسشنامه ها

7. Martins

8. Ratten

در اختیار تعدادی از اساتید مدیریت قرار گرفت و پس از جمع آوری نظرات آنها و بررسی و اعمال پیشنهادات و اصلاحات لازم توسط تیم تحقیق برای استفاده در پژوهش حاضر مورد تایید نهایی قرار گرفت. پایایی آلفای کرونباخ پرسشنامه دانش بنیان ۰,۷۸، و پایایی آلفای کرونباخ پرسشنامه کارآفرینی ورزشی ۰,۰۰ گزارش گردید. در این پژوهش از آلفای کرونباخ برای تعیین پایایی پرسشنامه و از روش آمار توصیفی و استنباطی برای تجزیه و تحلیل داده ها استفاده شد، به منظور تجزیه و تحلیل داده های آماری از روش های آمار توصیفی چون محاسبه میانگین، انحراف معیار و در بخش آمار استنباطی از آزمون کلموگراف اسمیرنف برای تشخیص نرمال بودن جامعه آماری استفاده شد برای تجزیه و تحلیل فرضیه های تحقیق از مدل معادلات ساختاری و به وسیله نرم افزار spss19 و Amos23 استفاده شد.

۳. یافته های پژوهش

جدول ۱ یافته های مربوط به جمعیت شناختی را نشان می دهد.

جدول ۱. یافته های مربوط به جمعیت شناختی

جنسیت	فراوانی	درصد	سن	فراوانی	درصد
مرد	۴۰	۶۷	زیر ۳۰ سال	۱۶	۲۷,۶
زن	۱۸	۳۳	بالای ۳۰ سال	۴۲	۷۲,۴
جمع	۵۸	۱۰۰	جمع	۵۸	۱۰۰
مدرک تحصیلی		فراوانی		درصد	
دیپلم و پائین تر		۸		۱۳,۸	
کاردانی		۴		۷	
کارشناسی		۳۲		۵۵,۱	
تحصیلات تکمیلی		۱۴		۲۴,۱	
جمع		۵۸		۱۰۰	

فراوانی مردان ۶۷ درصد و فراوانی زنان ۳۳ درصد، فراوانی افراد در سن زیر ۳۰ سالگی ۲۷,۶ درصد و فراوانی افراد در سن بالای ۳۰ سالگی ۷۲,۴ درصد و فراوانی افراد در تحصیلات دیپلم و پایین تر ۱۳,۸ درصد فراوانی افراد در مقطع کاردانی ۷ درصد، فراوانی افراد در مقطع کارشناسی ۵۵,۱ درصد و فراوانی افراد در تحصیلات تکمیلی ۲۴,۱ درصد گزارش شده است.

آمار توصیفی متغیرهای شاخص ها

تحلیل توصیفی متغیرهای تحقیق براساس پارامترهای مرکزی (میانگین، میانه، مد) و پارامترهای پراکندگی (انحراف معیار، واریانس و دامنه تغییرات) برای عامل های اصلی تحقیق در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۲. تحلیل توصیفی متغیرهای تحقیق

پایه	میانگین	میانه	مد	انحراف معیار	واریانس	دامنه تغییرات	کمیته	پیشینه
شرکت های دانش بنیان	۵۸	۱۰,۷۵	۱۱,۳	۱۲,۲	۰,۲۸	۴,۶۹	۸,۲	۱
کارآفرینی ورزشی	۵۸	۲۶,۰۴	۲۶,۴	۲۵	۰,۳۳	۶,۴۲	۱۱,۴	۱

براساس این جدول مشخص است ۵۸ پاسخ صحیح به تمامی پرسش‌های پژوهش گردآوری شده است. همچنین بیشترین میانگین به کارآفرینی ورزشی با مقدار ۲۶,۰۴ تعلق دارد که از مقدار زیاد طیف لیکرت نیز بالاتر است.

بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها

چون تحقیقات مبتنی بر مدل ساختاری مبتنی بر فرض نرمال بودن داده‌ها هستند بنابراین نخست آزمون نرمال بودن صورت گرفته است. در تحلیل عاملی تأییدی و مدل‌یابی معادلات ساختاری نیازی به نرمال بودن تمامی داده‌ها نیست بلکه باید عامل‌ها (سازه‌ها) نرمال باشند. (کلاین ۹، ۲۰۱۰)

جدول ۳. آزمون نرمال بودن داده‌ها

کارآفرینی ورزشی	دانش بنیان	N
۵۸	۵۸	۵۸
۲۶,۰۴	۱۰,۷۵	میانگین
۰,۳۳	۰,۲۸	انحراف معیار
۰,۰۷۲	۰,۱۱۶	کولموگروف-اسمیرنوف
۰,۲۰۰	۰,۰۴۹	معناداری

براساس نتایج مندرج در جدول ۳ سطح معناداری متغیر دانش بنیان ۰,۰۴۹، سطح معناداری کارآفرینی ورزشی ۰,۲۰۰ و سطح معناداری توسعه محصولات ورزشی ۰,۰۰۱ بدست آمد.

برازش مدل اندازه‌گیری اولیه

برازش به معنای تطابق مدل مشاهده شده در نمونه پژوهش با مدل مورد انتظار در جامعه واقعی است. محققان شاخص‌های متعددی را در مقالات از سال ۱۹۶۳ تاکنون معرفی نمودند که تعداد آنها از ۵۳ شاخص نیز تجاوز می‌کند اما یک اجماع همگامی روی حداقل ۱۰ شاخص از این تعداد شاخص‌ها وجود دارد که در جدول ۴ مشاهده می‌شود (گیفن، ۲۰۰۵).

جدول ۵. شاخص‌های برازش مدل اندازه‌گیری اولیه

شاخص‌های برازش	نرخ شاخص برازش	حد مجاز	مقدار به دست آمده
CMIN/DF	شاخص‌های مقتصد	کوچکتر از ۳	۲,۵۶۲
RMSEA	شاخص‌های مقتصد	کوچکتر از ۰,۰۸	۰,۰۳۶
PNFI	شاخص‌های مقتصد	بزرگتر از ۰,۵	۰,۳۱۱
GFI	شاخص‌های مطلق	بزرگتر از ۰,۸	۰,۹۸۱
AGFI	شاخص‌های مطلق	بزرگتر از ۰,۸	۰,۸۵۳
NFI	شاخص‌های مقایسه‌ای	بزرگتر از ۰,۹	۰,۷۹۴
TLI=NNFI	شاخص‌های مقایسه‌ای	بزرگتر از ۰,۹	۰,۹۰۸
CFI	شاخص‌های مقایسه‌ای	بزرگتر از ۰,۹	۰,۶۸۹
RFI	شاخص‌های مقایسه‌ای	بزرگتر از ۰,۹	۰,۹۹۱
IFI	شاخص‌های مقایسه‌ای	بزرگتر از ۰,۹	۰,۹۳۸

شاخص‌های برازش به سه دسته شاخص‌های اختصاری یا مقتصد، شاخص‌های مطلق و شاخص‌های تطبیقی یا مقایسه‌ای تقسیم بندی می‌شوند. شاخص‌های اقتصادی به این دلیل به این نام خوانده می‌شوند که با حداقل اطلاعات حداکثر

⁹ Kline, Rex B. (2010). Principles and Practice of Structural Equation Modeling, Series Editor's Note by Todd D. Little, The Guilford Press, New York London

اطلاعات برازشی را به ما ارائه می دهند و در آنها دو شاخص RMSEA و X^2/DF حتما باید به حد مجاز خود دست یابند تا شاخص های دیگر قابل بررسی باشند. از بین ۵ شاخص مقایسه ای نام برده در جدول منابع اصلی معادلات ساختاری بیان می کند حداقل سه شاخص باید بزرگتر از مقدار ۰,۹ باشد. خوشبختانه مدل ساختاری در هر سه شاخص های مقصد، مطلق و مقایسه ای وضعیت مناسبی دارند.

بررسی روایی و پایایی سازه

برای برقراری پایایی و روایی سازه ۹ شرط زیر باید برقرار باشد. عدم برقراری حتی یک شرط روایی سازه را از بین خواهد برد و نتایج را اعتبار ساقط می شود زیرا نتایج محقق در یک پژوهش کمی هم باید پایا و تعمیم پذیر باشد و هم روا یا معتبر باشد.

جدول ۶. بررسی پایایی و روایی سازه

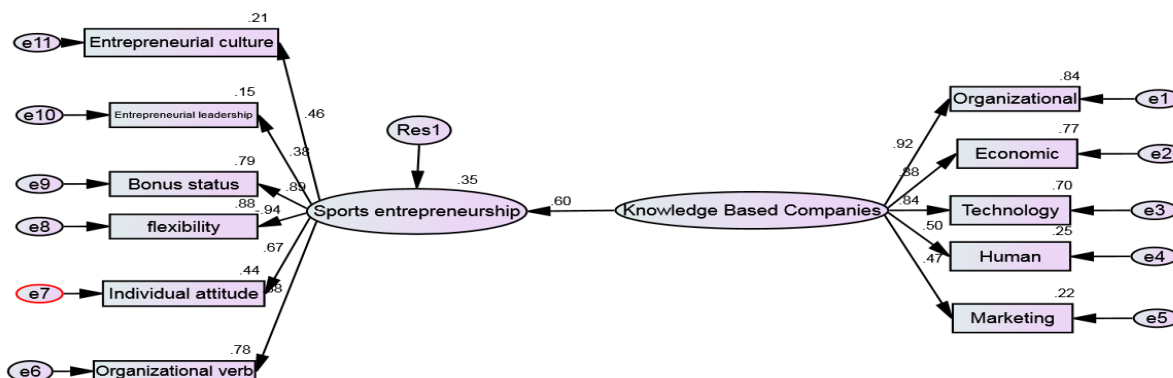
	CR	AVE	MSV	ASV
شرکت های دانش بنیان	۰,۷۹۸	۰,۵۴۲	۰,۴۶۹	۰,۳۲۱
کارآفرینی ورزشی	۰,۸۰۵	۰,۶۳۱	۰,۲۰۱	۰,۱۵۳

جدول ۷. بررسی روایی واگرایی فورنل و لارکر

	شرکت های دانش بنیان	کارآفرینی ورزشی	توسعه محصول ورزشی
شرکت های دانش بنیان	۰,۶۹۱		
کارآفرینی ورزشی	۰,۷۴۸	۰,۴۲۸	

با توجه به اینکه در مدل اندازه گیری اولیه مشخص شد که دو شرط لازم برای اجرای مدل ساختاری یعنی هم روایی و پایایی سازه و هم برازش را دارا می باشد بنابراین نیازی به مدل اندازه گیری اصلاح شده نیست و مستقیماً مدل ساختاری پژوهش را انجام می دهیم.

قبل از پرداختن به مدل ساختاری، به بررسی تاثیر شرکت های دانش بنیان بر کارآفرینی ورزشی در حالت استاندارد و غیراستاندارد، تاثیر شرکت های دانش بنیان بر توسعه محصولات ورزشی در حالت استاندارد و غیراستاندارد و به بررسی تاثیر کارآفرینی ورزشی بر توسعه محصولات ورزشی در حالت استاندارد و غیراستاندارد پرداخته شد.



شکل ۱. تاثیر شرکت های دانش بنیان بر کارآفرینی ورزشی

جدول ۸. بررسی ضرایب مسیرهای مستقیم و معناداری آنها در سطح صفر (بدون حضور میانجی)

تحلیل مسیر	مسیر مستقیم بدون حضور میانجی	T-VALUE	P	نتیجه
تحلیل مسیر	۰,۶۰	۴,۶۳۷	۰,۰۰۰	معنادار

با توجه به جدول ۸ مشاهده می شود که تاثیر شرکت های دانش بنیان بر کارآفرینی ورزشی بدون متغیر میانجی که مقدار P و T-VALUE در سطح اطمینان ۰,۹۹ معنادار هستند.

جدول ۹. مدل ساختاری در حالت غیر استاندارد

متغیر مکنون	متغیر مکنون	تخمین غیر استاندارد	خطا	T-VALUE	P
کارآفرینی ورزشی	شرکت های دانش بنیان	۰,۵۹۱	۰,۱۲۸	۴,۶۰۹	۰,۰۰۰
مدل ساختاری در حالت تخمین ضرایب مسیر استاندارد					
متغیر مکنون	متغیر مکنون			ضریب مسیر (بتا)	
کارآفرینی ورزشی	شرکت های دانش بنیان	<-----<		۰,۵۹	

نتایج تحلیل مسیر مدل ساختاری نشان داد که تاثیر شرکت های دانش بنیان بر کارآفرینی ورزشی به دلیل اینکه P-VALUE (sig) و یا t-value خارج از (۱,۹۶ و -۱,۹۶) است در سطح اطمینان ۰,۹۹ فرض H0 رد و فرض H1 تایید می شود یعنی شرکت های دانش بنیان بر کارآفرینی ورزشی تاثیر معناداری دارد. از این رو تاکید مدیران و معاونان شرکت های دانش بنیان بر وجود گرایش بالا بر کارآفرینی ورزشی، شرایطی را به وجود آورده است که می توان با استفاده از دانش و تخصص های موجود در این شرکت ها مشاغل و شغل های تازه و متناسب با نیاز جامعه و جهان تاسیس کرد که بتوان با ایجاد این کارآفرینی ها نیازهای مرتبط و لازم رشته های مختلف ورزشی و همچنین نیازهای آحاد جامعه را برطرف کرد.

۴. بحث و نتیجه گیری

اقتصاد ورزش ترکیبی از علم اقتصاد و ورزش می باشد و توجه بسیاری از محققان و جوامع جهانی را به واسطه ی کارکردهای متعددش جلب کرده است. ورزش از نوع محصول بازی و سرگرمی خارج شده و تبدیل به یک محصول صنعتی شده است. جوامع در سراسر جهان مبالغ هنگفتی را در ورزش جهت کسب درآمد هزینه می نمایند. امروزه توجه به توسعه اقتصاد دانش بنیان و تأسیس شرکت های دانش بنیان در ایران رو به افزایش بوده است. بخشی که می تواند اثر قابل توجهی در حوزه اقتصاد دانش بنیان بر جای بگذرد حوزه ورزش است. شرکت های دانش بنیان با تحول در عرصه علم و دانش و کشف یافته ها و نتایج جدید اقتصادی در رشد و توسعه مناطق مختلف تاثیر زیادی دارند بطوری که رهبر معظم انقلاب اسلامی بر اهمیت نقش این شرکت ها در رونق اقتصادی و اقتصاد مقاومتی تاکید و آنها را موثرترین مولفه های تحقق پایدار اقتصاد توصیف کردند. پایین بودن خلاقیت، نوآوری و ضعف فناوری در بنگاه های اقتصادی موجب افزایش وابستگی صنعت و اقتصاد کشور به فناوری های خارجی شده است و این برای کشور ما که از منابع سرشار اقتصادی برخوردار است یک ضعف مهم به شمار می رود. شرکت های دانش بنیان با توجه به ظرفیت های خود و آمیختگی و انتقال دانش و پژوهش به کسب و کارهای ورزشی و تولید تجهیزات ورزشی باعث ارتقا و عمومی کردن دانش فنی در جامعه می شوند. علم و دانش به عنوان اساس فعالیت شرکت های دانش بنیان علاوه بر جنبه های فنی در سایر حوزه های موثرکسب و کار شامل بازاریابی، مالی، مدیریتی، حقوقی و غیره تاثیر مثبت دارد که این خود منجر به افزایش کارآیی

فعالیت آنها می شود. برای افزایش سطح کارآیی و توسعه و رونق فعالیتهای اقتصادی و تولیدات باید اساس بخش تولید مبتنی بر علم و دانش و پژوهش شکل گیرد تا کسب و کارهای موجود را حفظ و ارتقاء یابد و چه بسا برخی مشاغل فراموش شده را دوباره احیاء کرد. در نتیجه می توان گفت که یکی از عوامل اساسی رشد تولید سرانه ملی، اقتصاد و بنگاههای اقتصادی دانش بنیان است و از راهکارهای اساسی خودکفایی پایدار در محصولات استراتژیک ورزشی، ارتقاء فناوری و افزایش بهره‌وری عوامل تولید از طریق دانش بنیان نمودن اقتصاد و توسعه شرکت‌های دانش بنیان در حیطه ورزش است. با توسعه و گسترش شرکت‌های دانش بنیان ورزشی هم می توان محصولات و کالاها و تجهیزات ورزشی مناسب و به روز تولید کرد و هم برای فارغ التحصیلان رشته ورزشی می توان اشتغالزایی کرد.

در بحث تأثیر شرکت های دانش بنیان بر کارآفرینی ورزشی با توجه به یافته های این پژوهش به این نتیجه رسید که شرکت های دانش بنیان در حوزه ورزشی می توانند تأثیرات متعددی داشته باشند آنها ممکن است با ارائه فناوری های نوین، تجهیزات پیشرفته یا سیستم های مدیریتی منحصر به فرد، به بهبود عملکرد و تجربه ورزشی کمک کنند. همچنین این شرکت ها ممکن است زمینه های جدیدی را برای کارآفرینان ورزشی ایجاد کنند، از طریق ایجاد فرصت های کسب و کار جدید یا ایجاد شرایط برای توسعه ورزش های جدید و نوآورانه. همچنین این شرکت ها می توانند با ارائه فناوری های نوین، ایجاد تجهیزات پیشرفته یا ارائه سیستم های مدیریتی مبتنی بر داده، کارآفرینان ورزشی را تشویق به ایتکارات و کسب و کارهای جدید کنند. این شرکت ها می توانند با ایجاد فرصت های نوآورانه، به بهبود تجربه ورزشی، بهبود عملکرد ورزشکاران، یا حتی توسعه رویدادهای ورزشی کمک کنند. همچنین آنها می توانند زمینه های جدیدی را برای شکل گیری کسب و کارهای مرتبط با فیزیولوژی ورزشی، تحلیل داده های ورزشی یا حتی فعالیت های تفریحی و سرگرمی در حوزه ورزش ایجاد کنند. به طور کلی شرکت های دانش بنیان در حوزه کارآفرینی می توانند با فناوری ها، تجهیزات و سیستم های نوآورانه به توسعه پایدار و بهتر ورزش و فعالیت های ورزشی کمک کند.

در زمینه تأثیر شرکت های دانش بنیان بر کارآفرینی ورزشی پیشنهادات زیر ارائه می شود:

۱. حمایت مالی و منابع: ایجاد حمایت های مالی و منابع برای کسب و کارهای کوچک و کارآفرینان ورزشی توسط شرکت های دانش بنیان می تواند به توسعه این کسب و کارها کمک کند.
۲. برگزاری رویدادها و مسابقات ورزشی: ترتیب دادن برنامه های رویدادی، مسابقات یا همایش هایی که کارآفرینان ورزشی را جذب کنند و امکان شناسایی توانمندی های جدید را فراهم کنند.
۳. ارائه زیرساخت ها و منابع تخصصی: ارائه زیرساخت ها و منابع تخصصی مانند فضای کاری مشترک، آموزش ها و دوره های آموزشی مرتبط با کارآفرینی ورزشی می تواند به توسعه این زمینه کمک کند.
۴. ترویج فرهنگ کارآفرینی: ایجاد فرهنگی که کارآفرینی و نوآوری در حوزه ورزش را تشویق کند و افراد را به رشد کسب و کار در این حوزه ترغیب کند.

۵. منابع و مآخذ

- پیرجمادی، سحر؛ هنری، حبیب؛ کارگر، غلامعلی و شعبانی بهار، غلامرضا. (۱۳۹۸). طراحی مدل شرکت های ورزشی دانش بنیان پایدار در ایران، مطالعات مدیریت ورزشی، دوره ۱۳، شماره ۶۶، ص ۱۴۱-۱۷۰.
- خاتمی، مهرداد، و وحیدی، حسین. (۱۳۹۵). بررسی عوامل موثر بر پیشرفت شرکت های دانش بنیان با استفاده از تحلیل سلسله مراتبی، مطالعه موردی پارک تهران. رشد فناوری، ۱۲(۴۸)، ۲۲-۲۸.

سلطانی فسقندیس، غلامرضا، پویا، علیرضا، کاظمی، مصطفی، و ناجی عظیمی، زهرا. (۱۳۹۵). پیش بینی موفقیت توسعه محصول جدید با استفاده از ترکیب تحلیل عاملی و شبکه عصبی مصنوعی. مدیریت بهره وری (فراسوی مدیریت)، ۱۰(۳۷)، ۱۲۷-۱۵۵.

Carayannis, E. G., Ferreira, J. M., Jalali, M., & Ferreria, F. (2018). MCDA in knowledge-based economies: Methodological developments and real world applications. *Technological Forecasting and Social Change*, 131, 1-3.

Erickson, G. S., & Rothberg, H. N. (2015). Knowledge asset in services across industries and across time. *Investigaciones en Europa*, 21, 58-64.

Kandt, A., Pickshaus, T., Fleischer, K., & Schmitt, R. (2016). A new model to ascertain product maturity in product development processes. *Procedia CIRP*, 50, 173-178.

Martins, V. W. B., Rampasso, I. S., Anholon, R., Quelhas, O. L. G., & Leal Filho, Q. (2019). Knowledge management in the context of sustainability: Literature review and opportunities for future research. *Journal of Cleaner Production*, 229, 489-500.

Rajabi, B. (2017). Presenting a knowledge-based startup sustainability model with a business environment approach (Unpublished doctoral dissertation). Mazandaran University, Mazandaran, Iran. (in Persian).

Ratten, V. (2018). Future research directions for sport education: toward an entrepreneurial learning approach. *Education training*, 60, 490-499.

Venkitachalam, K., & Willmott, H. (2017). Strategic knowledge management insights and pitfalls. *International Journal of Information Management*, 37, 313- 316.

Villasalero, M. (2017). A resource-based analysis of realized knowledge relatedness in diversified firms. *Journal of Business Research*, 71, 114-124.

The effect of knowledge-based sports companies on entrepreneurship

Nasiballah Abbasi^{*1}
Akbar Mahavi Gareh Agaj Olya²

Abstract

The purpose of this research was the impact of sports-based knowledge on entrepreneurship. Descriptive research method, which was practical in terms of the purpose of the research, and was conducted in the field. The statistical population of the above research was managers and employees of knowledge-based sports companies, the number of researched knowledge-based companies was 23 companies, the number of managers and vice-presidents were 58. The tool for collecting knowledge-based questionnaires was Gozelzadeh et al. (2016) and the sports entrepreneurship questionnaire of Hosseini Aghdam (2016). The scoring method was a 5-point Likert scale. Descriptive statistics (prevalence, mean, standard deviation, etc.) were used for analysis, and structural equations were used to analyze research hypotheses using Amose23 software. The findings of the research showed that knowledge-based companies have a positive and significant effect on sports entrepreneurship with a significance coefficient of 0.60. Therefore, it can be concluded that providing new technologies, creating advanced equipment or providing data-based management systems encourage sports entrepreneurs to start new businesses.

Keywords

Knowledge base, entrepreneurship, sports

1. Graduated from Master of Business Administration, Payam Noor University (Nasibabbasi102@gmail.com).
2. Ph.D Student of Sports Management, Mohaghegh Ardabili University, Ardabil, Iran. (Mahdaviabar65@gmail.com).