

The Relationship between Knowledge Management with Entrepreneurship and Mediating Role of Social Capital in Sports Clubs in Shiraz City

Mohammad Firoozian¹ , Mohammad Sadegh Afroozeh² 
, Hamid Reza Safari Jafarlu³ 

1. Department of Sport Sciences, Faculty of Humanities, Jahrom University, Jahrom, Iran. E-mail: iaryayi@gmail.com

2. Corresponding Author, Department of Sport Sciences, Faculty of Humanities, Jahrom University, Jahrom, Iran.

E-mail: sadegh.afroozeh@jahromu.ac.ir

3. Department of Sport Sciences, Faculty of Humanities, Jahrom University, Jahrom, Iran. E-mail: Hamidsafari83@yahoo.com

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received:

17 August 2019

Received in revised form:

10 October 2020

Accepted:

23 January 2021

Published online:

16 September 2022

Keywords:

*entrepreneurship,
knowledge management,
managers,
social capital,
sports clubs*

ABSTRACT

Introduction: The purpose of this study was to investigate the relationship between knowledge management and entrepreneurship with the mediating role of social capital in managers of private sports clubs in Shiraz.

Methods: The statistical population included 400 managers of private clubs in Shiraz. The statistical sample consisted of 196 respondents who were chosen through cluster sampling based on the distribution of clubs in the eleven urban areas of Shiraz. In order to measure knowledge management, Sharon Lawson Questionnaire (2003), Social Capital Assessment, Gaini Questionnaire (2012) and Entrepreneurship Assessment, Chupani Questionnaire (2010) were administered among the respondents. Five qualified managers assessed and confirmed the validity of the questionnaires and the reliability of the questionnaires was assessed and confirmed through Cronbach's alpha coefficient and the combined reliability. In order to investigate the relationships between the data, the researchers applied the path analysis method with partial minimum squares using PLS2 software.

Results: The findings showed that there was a significant relationship between the components of knowledge management and entrepreneurship in sports clubs. There was also a significant relationship between the components of social capital and entrepreneurship. In addition, the research findings showed that social capital could be a good medium for the development of entrepreneurship through knowledge management in the sports club.

Conclusion: According to the research findings, it is recommended that sport clubs create inter and intra-club networks taking the creativity and efficiency of their social capital for granted to make the path of entrepreneurial development shorter and more effective along with developing infrastructure to create a knowledge-based sports club in order to develop entrepreneurship.

Cite this article: Firooziam, M., Afroozeh, M.S., & Safari Jafarlu, H. R. (2022). The Relationship between Knowledge Management with Entrepreneurship and Mediating Role of Social Capital in Sports Clubs in Shiraz City. *Sport Management Journal*, 14 (2), 59-76. DOI: <http://doi.org/10.22059/ISM.2021.287455.2312>.



© The Author(s).

Publisher: University of Tehran, Faculty of Sport Sciences and Health.

Extended Abstract

Introduction

Today, in many cases, sports clubs are similar to other organizations, while in some cases, they have structural and social differences by them, which necessitates their specialized investigation. The complexity of tasks and the type of the customers of sports clubs are diverse even in different geographical areas, and this diversity has led to the creation of extensive competition and new strategies. The existence of strategies for the development of entrepreneurship by managers of these clubs has always been one of their concerns in order to improve the position of the club. Differentiation in this policy can be smoothed with scientific approaches branching from knowledge management. Management of specialized knowledge is relatively new in the world and not much time has passed. In this short time, successful organizations have made important investment, planning, operational and strategic measures in the field of knowledge management. By using its benefit and producing new information and knowledge in all fields, including sports sciences, organizations have received significant evolution. Since in the sports industry, most of the time, profitability is the priority of a sports business, so the development of efficient human capital is likely to be effective in creating an environment with a knowledge-oriented function and ultimately the development of a sports business. Considering the continuous growth of private sports clubs in Iran, the results of this research can encourage their managers to develop a scientific approach in the structure of the club. Also, this research can examine the necessity or non-necessity of using social capital and superior knowledge of sports science in clubs to evaluate the acceleration of value creation in that club. The purpose of this study was to investigate the relationship between knowledge management with entrepreneurship with the mediating role of social capital in managers of private sports clubs in Shiraz.

Methods

The research method is descriptive-correlation, and in terms of purpose, it is applied. The statistical population included 400 managers of private clubs in Shiraz. The statistical sample consisted of 196 respondents who were chosen through cluster sampling based on the distribution of clubs in the eleven urban areas of Shiraz. In order to collect data three questionnaire includes measure, Sharon Lawson Questionnaire of knowledge management (2003), Gaini Questionnaire of Social Capital Assessment (2012), and Chupani Questionnaire of Entrepreneurship Assessment (2010), were used. Some qualified managers assessed and confirmed the validity of the questionnaires and the reliability of the questionnaires was assessed and confirmed through Cronbach's alpha coefficient and the combined reliability. In order to investigate the relationships between the data, we applied the path analysis method with partial minimum squares using PLS2 software.

Results

The demographic results showed that most of the respondents were men and most of them were between 30 and 40 years old. Also, about 62% of the respondents had a bachelor's degree, and about 50% of them had between 1 and 5 years of experience. Composite reliability also shows how much the questions of each of the constructs are sufficient to explain the related variables. The criterion of this index to check the internal homogeneity of the measurement model has been reported to be 0.7 or higher. Also, the results indicate the appropriateness of the convergent validity criterion (AVE). The findings showed that there was a significant relationship between the components of knowledge management and entrepreneurship in sports clubs. There was also a significant relationship between the components of social capital and entrepreneurship. In addition, the research findings showed that social capital could be a good medium for the development of entrepreneurship through knowledge management in the sports club.

Conclusion

The result of this research indicated that in private sports clubs, as much as improve the knowledge management and its dimensions include acquire record, create, transfer, and use of knowledge; entrepreneurship would also have the possibility to be promoted. In addition, how much knowledge management is stronger so entrepreneurship will increase dramatically? Therefore, sport clubs that have higher levels of knowledge management can improve their ability to respond to rapid changes and develop innovative ideas in products and services. In addition, the results showed that there is a significant relationship between social capital and entrepreneurship in private sports clubs in Shiraz. In the interpretation of this findings, it can be said that an organization that has good social capital (high cooperation and participation among members) can influence the exchange of information and the transfer of tacit and explicit knowledge which causes creativity and innovation. There is evidence that organizations that benefit from strong social capital can obtain the necessary capital for entrepreneurship and venture capital. According to the research findings, it is recommended that sport clubs create inter and intra-club networks taking the creativity and efficiency of their social capital for granted to make the path of entrepreneurial development shorter and more effective along with developing infrastructure to create a knowledge-based sports club in order to develop entrepreneurship.

Ethical Considerations

Compliance with ethical guidelines:

Funding: The research was done without using financial resources

Authors' contribution: The authors have contributed equally

Conflict of interest: The authors have no conflicts of interest

Acknowledgments: This research was done with the guidance of distinguished professors and the cooperation of research participants.



مدیریت ورزشی



رابطه مدیریت دانش و کارآفرینی با نقش میانجی سرمایه اجتماعی

در باشگاه‌های ورزشی شهر شیراز

محمد فیروزیان^۱، محمدصادق افروزه^۲، حمیدرضا صفری جعفرلو^۳

۱. گروه علوم ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه جهرم، جهرم، ایران. رایانامه: iaryayi@gmail.com

۲. نویسنده مسؤؤل، گروه علوم ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه جهرم، جهرم، ایران. رایانامه: sadegh.afroozeh@jahromu.ac.ir

۳. گروه علوم ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه جهرم، جهرم، ایران. رایانامه: Hamidsafari83@yahoo.com

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	مقدمه: هدف از تحقیق حاضر بررسی رابطه مدیریت دانش و کارآفرینی با نقش میانجی سرمایه اجتماعی در مدیران باشگاه‌های ورزشی خصوصی شهر شیراز بود.
تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۵/۲۵	روش پژوهش: جامعه آماری تحقیق شامل ۴۰۰ نفر از مدیران باشگاه‌های خصوصی شهر شیراز و نمونه آماری شامل ۱۹۶ آزمودنی بود که به صورت خوشه‌ای و براساس پراکندگی باشگاه‌ها در مناطق یازده‌گانه شهری شیراز انتخاب شدند. به‌منظور سنجش مدیریت دانش از پرسشنامه شرون لاوسون (۲۰۰۳)، سنجش سرمایه اجتماعی از پرسشنامه گائینی (۱۳۹۱) و سنجش کارآفرینی از پرسشنامه چوپانی (۱۳۸۹) استفاده شد. روایی پرسشنامه‌ها توسط ۵ نفر از استادان بررسی و تأیید شد و پایایی پرسشنامه‌ها از طریق ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی بررسی و تأیید شد. به‌منظور بررسی روابط بین داده‌ها از روش تحلیل مسیر با حداقل مربعات جزئی و با بهره‌گیری از نرم‌افزار PLS2 استفاده شد.
تاریخ بازنگری: ۱۳۹۹/۰۷/۱۹	یافته‌ها: نتایج نشان داد که بین مؤلفه‌های مدیریت دانش و کارآفرینی در باشگاه‌های ورزشی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین بین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی و کارآفرینی رابطه معناداری مشاهده شد. افزون‌بر این نتایج نشان داد که سرمایه اجتماعی می‌تواند میانجی مناسبی برای توسعه کارآفرینی از طریق مدیریت دانش در باشگاه ورزشی باشد.
تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۰۴	نتیجه‌گیری: با توجه به یافته‌های تحقیق، پیشنهاد می‌شود باشگاه‌ها علاوه بر توسعه زیرساخت به‌منظور ایجاد باشگاه ورزشی دانش‌محور در راستای توسعه کارآفرینی مانند ایجاد آکادمی، به ایجاد شبکه‌های درون و بیرون باشگاهی با توجه به خلاقیت و کارایی سرمایه‌های اجتماعی خود اقدام کنند تا به این ترتیب مسیر توسعه کارآفرینی کوتاه‌تر و مؤثرتر شود.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۰۶/۲۵	
کلیدواژه‌ها: باشگاه‌های ورزشی سرمایه اجتماعی کارآفرینی، مدیران مدیریت دانش	

استناد: فیروزیان، محمد؛ افروزه، محمدصادق؛ و صفری جعفرلو، حمیدرضا (۱۴۰۱). رابطه مدیریت دانش و کارآفرینی با نقش میانجی سرمایه اجتماعی در باشگاه‌های

ورزشی شهر شیراز. نشریه مدیریت ورزشی، (۲) ۱۴، ۷۶-۵۹.

DOI: <http://doi.org/10.22059/JSM.287455.2312>



© نویسندگان.

ناشر: دانشگاه تهران، دانشکده علوم ورزشی و تندرستی.

مقدمه

امروزه سازمان‌ها نمی‌توانند فقط بر دارایی‌های مشهود مانند فناوری تکیه کنند و این امر به‌ویژه در بخش‌های تکنیکی اهمیت بیشتری دارد. موفقیت و اثربخشی همه سازمان‌ها متأثر از میزان اتکای آنها به فعالیت‌های مدیریت دانش است، البته به‌زعم دراگر (۲۰۰۰) بنیان سازمان قرن بیست‌ویکم پول، سرمایه و حتی فناوری نیست، بلکه دانش است؛ چنانکه مدیریت دانش فرایندی ساختارمند، برای خلق، کسب، تسهیم، انتقال و به‌کارگیری دانش ضمنی و عینی به‌عنوان دارایی سازمانی برای تشویق نوآوری است. مدیریت دانش تخصصی جدید در جهان است که حدود یک دهه از عمر آن می‌گذرد و در همین زمان اندک کشورهای پیشرفته سرمایه‌گذاری، برنامه‌ریزی، تدابیر عملیاتی و راهبردی مهمی در زمینه مدیریت دانش انجام داده‌اند و با استفاده از ارزش افزوده آن و تولید اطلاعات و دانش جدید در تمامی رشته‌ها از جمله ورزش پیشرفت‌های چشمگیری نصیب آنها شده است (مرادی و آصف‌زاده، ۱۳۸۳). دنیای امروز، دنیای تغییر اطلاعات و دانش است و به همین سبب، ضروری است که سازمان‌ها قابلیت‌های لازم برای فعالیت در این شرایط را احراز کنند و مدیریت دانش فرایندی است که به سازمان کمک می‌کند اطلاعات مهم و مفید را بیابد، گزینش، سازماندهی و منتشر کند. مدیریت دانش می‌تواند عملکرد سازمانی را با قادر ساختن سازمان به عملکرد هوشمندانه‌تر بهبود بخشد (واعظی و مسلمی، ۱۳۸۳) بدون تردید دانش مهم‌ترین منبع سازمان است و چنین منبعی باید محافظت، بهسازی و اداره شود و از هر تکنیک و روشی که رشد بهتر آن را فراهم کند، استفاده شود (درویشی، ۱۳۸۴). انسان به‌طور ذاتی در تعامل با دیگران نیازهای خود را برطرف ساخته و گذران امور می‌کند و تأثیرات این کنش‌های متقابل در نقش آنها تا حدی است که حذف آن، زندگی را غیرممکن می‌سازد. اما در این میان دانشمندان علوم اجتماعی با نگرشی کنجکاوانه در جوامع به شناسایی این کنش‌ها پرداخته و به مجموع عواملی پی برده‌اند که آن را سرمایه اجتماعی نامیده‌اند. سرمایه اجتماعی^۱ پیوندها و ارتباطات میان اعضای سازمان به‌عنوان منبع بالارزشی اشاره می‌کند که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف سازمان می‌شود (کاسون و گلوستا، ۲۰۰۷). سرمایه اجتماعی نقش مهمی در تجدید حیات اجتماعی دارد و به‌خصوص اینکه این توانایی را دارد که سبب افزایش سطح مصرف ورزش در جامعه شود. از طرفی امروزه با توجه به تحولات روزبه‌روز جامعه و تقاضاهای مداوم برای زندگی بهتر، کارآفرینی و نوآوری در هر زمینه‌ای ضروری به‌نظر می‌رسد. سازمان‌ها نیز به کارآفرینی را درک کرده‌اند و این نیاز در پاسخ به شرایط پیچیده و پویای محیطی حاکم بر سازمان‌های امروزی است که مهم‌ترین این شرایط عبارت‌اند از افزایش سریع تعداد رقبا، توسعه فزاینده فناوری‌های نوین و افزایش انتظارات مشتریان (کوراتکو و هانگس، ۲۰۰۱). کارآفرینی فرایندی اجتماعی - اقتصادی است که از دو طریق به شرایط و بافت اجتماعی متکی است. اول اینکه کارآفرینان محصول محیط اجتماعی خود هستند و دوم اینکه کارآفرینی فعالیتی اجتماعی است و در نتیجه بود یا نبود پیوندها و ارتباطات اجتماعی بر ماهیت کسب‌وکار تأثیر می‌گذارد (سوگوان و ادموند، ۲۰۱۱). از این رو می‌توان گفت سرمایه اجتماعی نقش مهمی در فعالیتهای کارآفرینانه دارد، زیرا همه فعالیت‌های کارآفرینی برای شروع حداقل دو سرمایه نیاز دارد که شامل سرمایه فیزیکی و سرمایه انسانی است و برای افزایش بهره‌وری نیازمند سرمایه دیگری به نام سرمایه اجتماعی است (اسدی و مرادی، ۱۳۹۱). تحقیقات متعددی در مورد رابطه هریک از این مؤلفه‌ها با یکدیگر صورت گرفته است. لوی و همکاران (۲۰۱۹) نشان دادند که شرایط محیطی می‌تواند سازمان‌های موجود را تحت تأثیر قرار دهد. نتایج تحقیق جوهانسون^۸ و همکاران (۲۰۱۹) نیز نشان داد که توسعه نوآوری‌های خدماتی زمانی موفق‌تر

1. Drucker

2. Knowledge Management

3. Social Capital

4. Casson, Glusta

5. Kuratco and Hotgetts

6. Soogwan, Edmund

7. Levie

1. Johansson

است که مشتریان در طرح های توسعه خدمت جدید شرکت کنند. ماساده^۱ و همکاران (۲۰۱۷) دریافتند که بین فعالیتهای مدیریت دانش و عملکرد شغلی رابطه معنادار وجود دارد. از طرفی گراهام و آدامز^۲ (۲۰۱۶) نشان دادند خلق دانش جدید بر عملکرد مالی تأثیر مثبتی دارد و شرکتها باید به منظور فرایندهای نوآورانه درصدد هماهنگی فرایندهای داخلی و عملیاتی باشند. همچنین نتایج پژوهش چای و تانگ کو^۳ (۲۰۱۵) در خصوص رابطه ترویج کارآفرینی با سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش در فروشگاههای متوسط و کوچک نشان داد که سرمایه اجتماعی و گرایش به کارآفرینی می تواند با مدیریت دانش رابطه داشته باشد. نتایج پژوهش مورا^۴ و همکاران (۲۰۱۳) نیز نشان داد که رفتار نوآورانه کارکنان بر اشتراک دانش مؤثر است و سرمایه اجتماعی می تواند این رابطه را تعدیل کند. همچنین بوجیکا و فوتنس^۵ (۲۰۱۳) نشان دادند که کسب دانش اثر تعدیل کننده معناداری بر کارآفرینی سازمانی و عملکرد دارد، هرچند تأثیر مستقیمی بر عملکرد ندارد و سطوح پایین تری از کسب دانش به سطوح بالاتری از نتایج بهتر و کارآفرینی سازمانی شرکتها منجر می شود. هوی لی^۶ و همکاران (۲۰۰۹) نشان دادند که تأثیر مستقیم گرایش کارآفرینانه بر عملکرد نسبت به زمانی که گرایش کارآفرینانه از طریق فرایند ایجاد دانش روی عملکرد تأثیر می گذارد، کمتر است. در نتیجه گرایش کارآفرینانه به طور مثبتی با عملکرد ارتباط دارد و فرایند ایجاد دانش نقش واسطه ای را ایفا می کند. در پژوهش چانگ و چینگ^۷ (۲۰۰۷) نیز اشاره شد که مدیریت دانش ظرفیت پیش بینی عملکرد نوآوری را دارد. همچنین بین جذب دانش و انتشار دانش با نوآوری رابطه معنادار وجود دارد. داروج^۸ (۲۰۰۵) نیز به بررسی ارزیابی اثر مدیریت دانش بر نوآوری پرداخت و نشان داد که میان اعمال فرایند مدیریت دانش مانند کسب دانش، نشر دانش و واکنش پذیری از دانش و نوآوری رابطه مثبتی وجود دارد.

امروزه در بسیاری از موارد باشگاه های ورزشی با سایر سازمانها شباهت دارند و در برخی موارد نیز تفاوت های ساختاری و اجتماعی با دیگر سازمانها دارند که این امر لزوم بررسی تخصصی آنها را ضروری ساخته است. پیچیدگی وظایف و نوع مشتریان باشگاه های ورزشی حتی در فضای جغرافیایی متفاوت متنوع است و این تنوع به ایجاد رقابت گسترده و راهبردهای جدید رهنمون ساخته است. وجود راهکارهایی به منظور توسعه کارآفرینی توسط مدیران همیشه از دغدغه های آنان در راستای بهبود موقعیت باشگاه بوده است که تمایز در این راهبرد می تواند با رویکردهای علمی منشعب از مدیریت دانش هموار شود. از آنجا که در صنعت ورزش در بیشتر مواقع سوددهی از اولویت یک کسب و کار ورزشی است، بنابراین توسعه سرمایه انسانی کارا، احتمالاً در ایجاد محیطی با کارکرد دانش محورانه و در نهایت توسعه کسب و کار ورزشی مؤثر باشد. با توجه به رشد کمی باشگاه های خصوصی که در حدود ۲۳۰۰۰ واحد است، نتایج این تحقیق می تواند مدیران را به توسعه رویکرد علمی در ساختار باشگاه ترغیب کند. همچنین این تحقیق می تواند لزوم و یا عدم لزوم به کارگیری سرمایه های اجتماعی و دانش برتر علم ورزش را در باشگاهها بررسی کند تا تسریع خلق ارزش در آن باشگاه را ارزیابی کند. از این رو محقق در تلاش است به این پرسش پاسخ دهد که آیا بین مدیریت دانش و سرمایه اجتماعی با میزان کارآفرینی مدیران باشگاه های ورزشی خصوصی شهر شیراز رابطه وجود دارد؟

¹ Masa' deh,

² Grham, & Adams

³ Chih-Hsing & Tingko

⁴ Mu ra

⁵ Bojica, & Fuentes

⁶ Huili

⁷ Chung & Ching

¹⁰ Darroch

روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق توصیفی و از نظر هدف، کاربردی و از نظر روابط بین متغیرها از نوع همبستگی است. برای تحلیل مسیر روابط بین متغیرهای پژوهش از روش مدلسازی معادلات ساختاری با رویکرد روش حداقل مربعات جزئی استفاده شد که روش نسبتاً جدیدی از معادلات ساختاری رگرسیونی است و برای بررسی ارتباط بین متغیرهای وابسته و متغیرهای مستقل، متغیرهای تبیینی یا مستقل جدیدی ایجاد می‌کند که اغلب عامل یا متغیر مکنون نامیده می‌شوند. این مؤلفه‌ها ترکیب خطی از نشانگرهای خود هستند. روش حداقل مربعات جزئی، با هدف بهینه‌سازی تبیین واریانس در سازه‌های وابسته مدل‌های معادله ساختاری، ساخته شده و برای بررسی برازش مدل استفاده می‌شود. جامعه آماری پژوهش شامل مدیران باشگاه‌های خصوصی شهر شیراز بود که طبق اعلام امور باشگاه‌های اداره ورزش و جوانان شهر شیراز ۴۰۰ باشگاه دارای پروانه کسب بودند. نمونه آماری شامل ۱۹۶ باشگاه بود که از طریق روش نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شدند. بدین ترتیب که باشگاه‌ها از نظر پراکندگی در یازده منطقه شهری شهر شیراز بررسی و تعداد مناسب از هر منطقه انتخاب شد. متغیرهای تحقیق شامل مدیریت دانش و گرایش کارآفرینی است و متغیر سرمایه اجتماعی نیز به‌عنوان متغیر میانجی ارزیابی شد. به‌منظور گردآوری اطلاعات از پرسشنامه‌های استاندارد مدیریت دانش، سرمایه اجتماعی و کارآفرینی استفاده شد، چنانکه به‌منظور سنجش متغیر مدیریت دانش از پرسشنامه ۲۴ سؤالی شرون لاسون (۲۰۰۳) با آلفای کرونباخ ۰/۹۰، برای سنجش سرمایه اجتماعی از پرسشنامه ۲۰ سؤالی گائینی (۱۳۹۱) با آلفای کرونباخ ۰/۹۷ و همچنین برای سنجش کارآفرینی سازمانی از پرسشنامه ۲۲ سؤالی چوپانی (۱۳۸۹) با آلفای کرونباخ ۰/۸۷ استفاده شد.

به‌منظور سنجش روایی صوری، پرسشنامه‌ها در اختیار پنج عضو هیأت علمی قرار داده شده و نظرهای آنان اعمال شد و به‌منظور سنجش روایی همگرا و واگرا نرم‌افزار PLS بررسی و تأیید شد. همچنین پایایی پرسشنامه‌ها از طریق سنجش آلفای کرونباخ در نرم‌افزار SPSS و پایایی ترکیبی با نرم‌افزار PLS بررسی و تأیید شد. به‌منظور تحلیل داده‌های تحقیق از نرم‌افزارهای SPSS نسخه ۲۳ و PLS2 مبتنی بر تحلیل مسیر روابط بین متغیرها استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

در ابتدا مشخصات دموگرافیک پاسخ‌دهندگان بررسی شد که در جدول ۱ مشاهده می‌شود.

جدول ۱. بررسی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان

متغیر	طبقات	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۱۳۸	۷۰/۴
	زن	۵۸	۲۹/۶
سن	کمتر از ۳۰ سال	۲۳	۱۱/۷
	۳۰ تا ۴۰ سال	۱۰۱	۵۱/۵
	۴۰ تا ۵۰ سال	۵۸	۲۹/۶
	بیش از ۵۰ سال	۱۴	۷/۱
تحصیلات	دیپلم و پایین‌تر	۲	۱/۰
	کاردانی	۳۰	۱۵/۳
	کارشناسی	۱۲۲	۶۲/۲
سابقه	کارشناسی ارشد و دکتری	۴۲	۲۱/۴
	کمتر از ۱ سال	۳۰	۱۵/۳
	۱ تا ۵ سال	۱۰۱	۵۱/۵
	۵ تا ۱۰ سال	۶۲	۳۱/۶
	بیشتر از ۱۰ سال	۳	۱/۵

چنانکه در جدول ۱ گزارش شده است، بیشتر پاسخ‌دهندگان مرد و بیشترین طبقه سنی بین ۳۰ تا ۴۰ سال بودند. همچنین حدود ۶۲ درصد پاسخ‌دهندگان دارای مدرک کارشناسی بودند و حدود ۵۰ درصد آنان بین ۱ تا ۵ سال سابقه داشتند. سپس به بررسی روابط بین متغیرها با استفاده از نرم‌افزار PLS پرداخته شد. در نرم‌افزار پی ال اس پردازش مدل بیرونی در دو مرحله صورت می‌پذیرد: در مرحله اول،

مدل اندازه گیری (مدل بیرونی) از طریق تحلیل های روایی و پایایی و تحلیل عاملی تأییدی و در مرحله دوم، مدل ساختاری (مدل درونی) با برآورد مسیر بین متغیرها بررسی شد. بارهای عاملی متغیرها در جدول ۲ قابل مشاهده است. در مدل تحقیق حاضر، همان گونه که در جدول ۲ مشخص است، تمام اعداد ضرایب بارهای عاملی گویه ها از $0/4$ بیشتر است؛ یعنی واریانس شاخص ها با سازه مربوطه اش در حد قابل قبول بود که نشان دهنده مناسب بودن این معیار است.

جدول ۲. ضرایب بار عاملی

متغیر	ابعاد	بارهای عاملی
مدیریت دانش	دانش آفرینی	۰/۵۵۷ ۰/۵۳۹ ۰/۷۹۷ ۰/۸۲۴
	جذب دانش	۰/۶۶۳ ۰/۶۹۷ ۰/۷۱۵ ۰/۶۶۳
	سازماندهی دانش	۰/۷۰۹ ۰/۸۳۷ ۰/۷۵۶ ۰/۶۵۲
	ذخیره دانش	۰/۶۳۱ ۰/۶۴۹ ۰/۷۸۰ ۰/۷۰۰
	انتشار دانش	۰/۶۵۰ ۰/۷۳۱ ۰/۷۰۵ ۰/۴۹۲
	به کارگیری دانش	۰/۷۴۴ ۰/۸۱۲ ۰/۵۸۵ ۰/۵۲۸
سرمایه اجتماعی	ساختاری	۰/۸۱۲ ۰/۴۴۶ ۰/۶۷۵ ۰/۵۶۷ ۰/۵۵۳ ۰/۶۴۸ ۰/۶۴۵
	رابطه ای	۰/۵۰۴ ۰/۷۴۳ ۰/۷۶۰ ۰/۶۲۳ ۰/۴۹۸ ۰/۳۹۴
کارآفرینی	شناختی	۰/۴۳۲ ۰/۵۵۷ ۰/۷۲۳ ۰/۷۲۱ ۰/۶۴۲ ۰/۴۴۲
	نوآوری در محصول، خدمات و فرایند	۰/۵۶۷ ۰/۵۳۷ ۰/۷۳۳ ۰/۶۴۲ ۰/۶۷۱ ۰/۵۹۴
	پیشگامی	۰/۴۴۴ ۰/۵۳۴ ۰/۶۳۷ ۰/۷۰۱ ۰/۶۷۰ ۰/۴۹۵
	ریسک پذیری	۰/۶۱۳ ۰/۷۵۲ ۰/۷۹۳ ۰/۶۹۱
	خودتجدیدی	۰/۶۴۳ ۰/۷۰۷ ۰/۷۳۹ ۰/۶۷۹
	رقابت تهاجمی	۰/۸۰۷ ۰/۸۷۱

پایایی ترکیبی نیز نشان می دهد که سوالات هریک از سازه ها چه مقدار کفایت لازم را برای تبیین متغیرهای مربوط به خود دارند. معیار این شاخص برای بررسی همسانی درونی مدل اندازه گیری مقدار $0/7$ به بالا گزارش شده است (جدول ۱). در مرحله دوم نیز از معیارهای روایی همگرا و واگرا برای سنجش مدل اندازه گیری استفاده شد. منظور از شاخص روایی همگرا، سنجش میزان تبیین متغیر پنهان از طریق متغیرهای مشاهده پذیر آن است. معیار متوسط واریانس استخراج شده (AVE) توسط فورنل و لارکر (۱۹۸۱) به عنوان شاخصی برای سنجش اعتبار درونی مدل اندازه گیری انعکاسی پیشنهاد شد. برای این شاخص به طور معمول مقدار $0/5$ در نظر گرفته شده است (باگوزی و همکاران، ۱۹۹۱). هر چند تعدادی از محققان مقدار حداقل $0/4$ را به عنوان معیار برای این شاخص پیشنهاد می کنند (تونالی و برنستین، ۱۹۹۴). در جدول ۳ نتایج خروجی از مدل برای AVE نمایش داده شده است. همان طور که ملاحظه می شود، نتایج، نمایانگر مناسب بودن معیار روایی همگرا (AVE) است.

جدول ۳. عناصر و نشانگرهای تعیین کننده متغیرهای پژوهش به همراه مقادیر مربوط به معیارهای برازش مدل اندازه گیری

متغیر	بعد	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ	روایی همگرا (AVE)
دانش آفرینی		۰/۷۱۴	۰/۵۱۶	۰/۴۱۷
جذب دانش		۰/۷۷۸	۰/۶۲۱	۰/۴۶۸
سازماندهی دانش		۰/۷۶۱	۰/۵۸۷	۰/۴۴۷

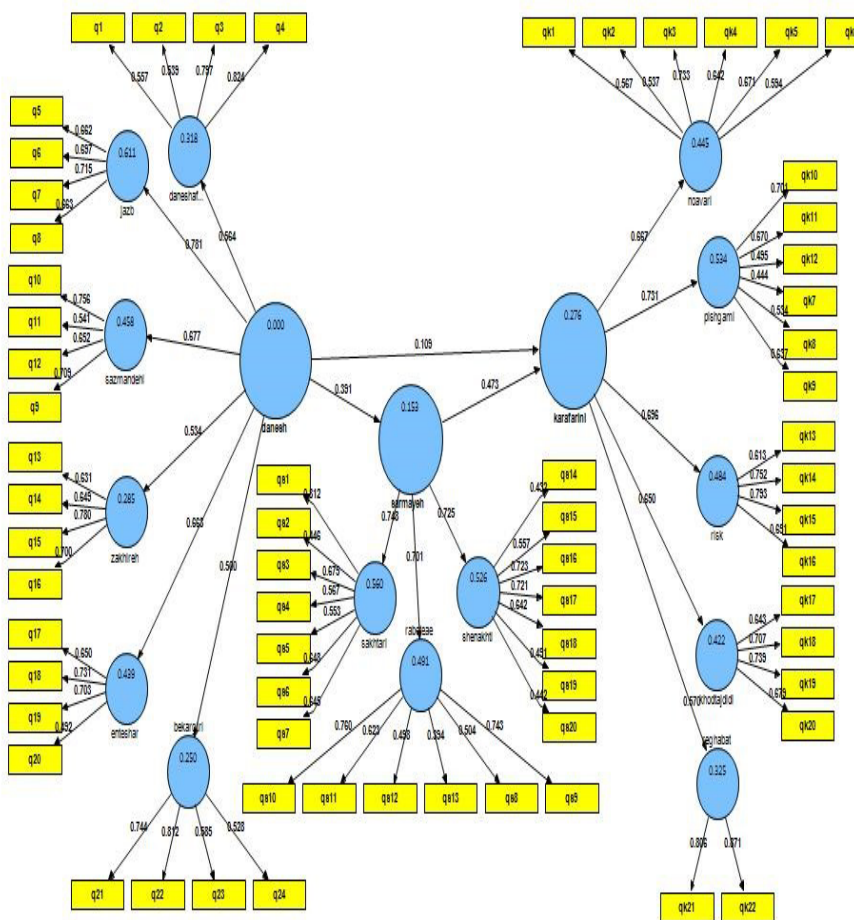
			انتشار دانش	۰/۷۴۲	۰/۵۲۲	۰/۴۲۳
دانش			به کارگیری دانش	۰/۷۶۶	۰/۶۱۲	۰/۴۵۸
			ساختاری	۰/۷۵۵	۰/۶۲۶	۰/۴۳۱
سرمایه			رابطه‌ای	۰/۷۶۴	۰/۶۳۶	۰/۴۶۲
			شناختی	۰/۷۷۶	۰/۶۶۴	۰/۴۳۴
			نوآوری در محصول، خدمات و فرایند	۰/۷۹۴	۰/۶۹۰	۰/۴۳۹
			پیشگامی	۰/۷۵۵	۰/۶۱۳	۰/۴۳۴
کارآفرینی			ریسک‌پذیری	۰/۷۹۷	۰/۶۵۸	۰/۴۹۸
			خودتجدیدی	۰/۷۸۶	۰/۶۳۸	۰/۴۸۰
			رقابت‌تهداجمی	۰/۸۲۵	۰/۶۳۶	۰/۷۰۳

برای تحلیل روایی واگرا نیز از مقادیر مشترک سازه‌ها جذر می‌گیریم و اعداد به‌دست‌آمده را با مقدار همبستگی سازه‌ها مقایسه می‌کنیم که این مقدار باید از مقدار همبستگی سازه‌ها بیشتر باشد (بارکلی و همکاران، ۱۹۹۵). ریشه دوم مقادیر روایی همگرا به‌صورت پرنرگ در قطر اصلی ماتریس نشان داده شده است (جدول ۴).

جدول ۴. ماتریس سنجش روایی واگرا به روش فورنل و لارکر

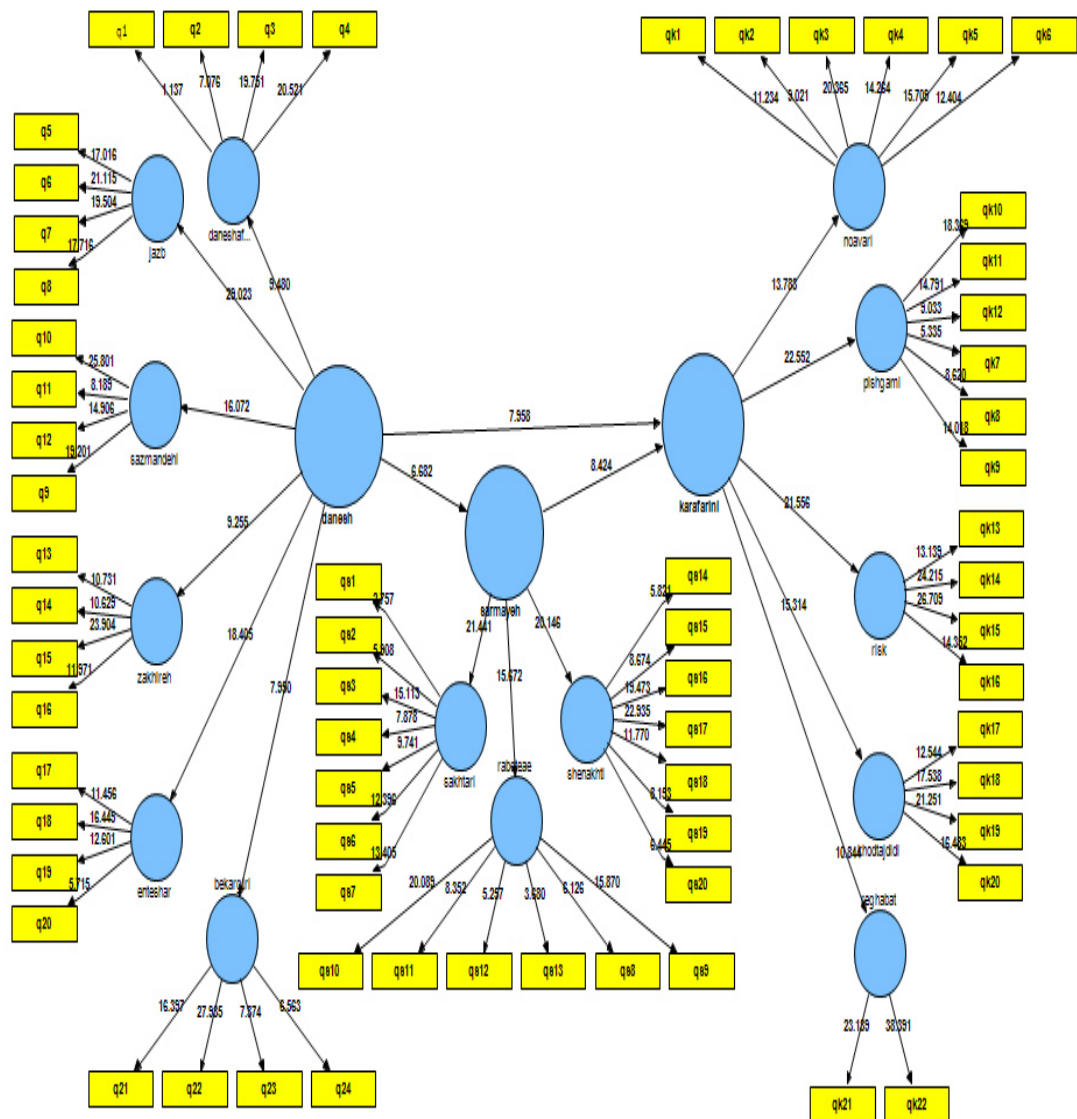
ماتریس فورنل لارکر	به کارگیری دانش	دانش	دانش‌آفرینی	انتشار دانش	جذب دانش	کارآفرینی	خودتجدیدی	نوآوری	پیشگامی	رابطه‌ای	رقابت‌تهداجمی	ریسک‌پذیری	ساختاری	سرمایه	سازماندهی دانش	شناختی
به کارگیری دانش	۰/۷۹۶															
دانش	۰/۶۷۱	۰/۷۸۸														
دانش‌آفرینی	۰/۶۵۷	۰/۴۸۴	۰/۸۰۸													
انتشار دانش	۰/۳۲۲	۰/۱۹۷	۰/۲۳۲	۰/۸۳۴												
جذب دانش	۰/۷۵۵	۰/۶۱۴	۰/۶۵۱	۰/۴۶۶	۰/۸۱۶											
کارآفرینی	۰/۶۲۲	۰/۷۸۵	۰/۶۴۳	۰/۵۰۹	۰/۲۵۲	۰/۸۵۵										
خودتجدیدی	۰/۵۳۱	۰/۴۶۹	۰/۴۲۱	۰/۴۰۵	۰/۴۸۳	۰/۵۴۴	۰/۸۰۵									
نوآوری	۰/۷۲۹	۰/۷۳۴	۰/۶۵۸	۰/۵۶۹	۰/۲۲۷	۰/۷۰۱	۰/۷۴۵	۰/۸۰۵								
پیشگامی	۰/۵۸۴	۰/۵۰۳	۰/۶۸۸	۰/۵۲۹	۰/۱۱۱	۰/۴۵۴	۰/۵۶۵	۰/۲۹۱	۰/۸۸۳							
رابطه‌ای	۰/۷۲۱	۰/۶۲۳	۰/۶۲۹	۰/۵۶۱	۰/۲۶۲	۰/۶۳۴	۰/۷۰۵	۰/۵۱۳	۰/۸۳۸	۰/۸۶۹						
رقابت‌تهداجمی	۰/۶۳۷	۰/۶۱۵	۰/۵۷۱	۰/۴۹۵	۰/۳۳۶	۰/۶۵۴	۰/۶۹۶	۰/۵۲۶	۰/۷۲۵	۰/۵۸۲	۰/۸۶۸					
ریسک‌پذیری	۰/۶۵۶	۰/۷۴۹	۰/۶۰۰	۰/۵۵۲	۰/۲۵۵	۰/۶۰۹	۰/۷۶۰	۰/۴۶۳	۰/۸۲۷	۰/۵۳۰	۰/۷۲۹	۰/۷۹۶				
ساختاری	۰/۵۶۱	۰/۵۱۵	۰/۵۲۴	۰/۶۲۶	۰/۲۸۲	۰/۵۲۳	۰/۵۲۵	۰/۵۳۰	۰/۴۸۹	۰/۴۲۸	۰/۵۰۲	۰/۵۲۶	۰/۸۲۷			
سرمایه	۰/۶۹۵	۰/۵۷۵	۰/۶۱۳	۰/۷۲۲	۰/۱۲۵	۰/۵۲۳	۰/۶۴۵	۰/۳۷۰	۰/۶۴۷	۰/۵۶۲	۰/۶۲۰	۰/۵۰۵	۰/۵۸۶	۰/۷۲۴		
سازماندهی دانش	۰/۲۶۰	۰/۲۲۵	۰/۲۲۸	۰/۱۲۸	۰/۳۹۹	۰/۲۹۴	۰/۱۹۲	۰/۲۸۴	۰/۲۲۲	۰/۲۰۲	۰/۱۸۲	۰/۴۸۱	۰/۱۹۳	۰/۱۷۰	۰/۸۴۶	
شناختی	۰/۶۰۷	۰/۶۷۵	۰/۶۱۲	۰/۴۷۴	۰/۲۴۳	۰/۶۷۳	۰/۷۳۲	۰/۴۶۸	۰/۸۴۲	۰/۵۰۸	۰/۷۷۱	۰/۶۶۹	۰/۸۱۴	۰/۴۵۹	۰/۵۵۴	۰/۸۵۱

سپس به بررسی مدل اندازه گیری و ساختاری پرداخته شد که در مدل ۱ و ۲ گزارش شده است.



شکل ۱. ضریب بارهای عاملی متغیرهای تحقیق

همان طور که در شکل ۱ ملاحظه می شود، تمامی بارهای عاملی سنجه ها در سازه مربوط به خود بالاتر از ۰/۴ هستند، در نتیجه نیازی به حذف سؤال در مدل اندازه گیری از مدل نداریم.



شکل ۲. ضریب معناداری (t-values) روابط هر یک از عامل‌های اصلی با یکدیگر و با زیرعامل‌ها

مدل ساختاری مدلی است که از طریق روابط بین متغیرهای مکنون (متغیرهای مکنون بیانگر یک سری سازه‌های تئوریک هستند، مانند مفاهیم انتزاعی که به‌طور مستقیم قابل مشاهده نیستند و از طریق سایر متغیرهای مشاهده‌شده ساخته و مشاهده می‌شوند) بررسی می‌شود؛ ضمن اینکه در پژوهش حاضر از پرکاربردترین معیارها برای برآزش مدل ساختاری استفاده شده است. این معیارها شامل ضریب معنادار (t-values)، ضریب تعیین (R^2) و ضریب قدرت پیش‌بینی (Q^2) است. اولین و ابتدایی‌ترین معیار برای سنجش رابطه بین سازه‌ها در مدل (بخش ساختاری)، اعداد معناداری t-values است، در صورتی که مقدار این اعداد از $1/96$ بیشتر شود، نشان از صحت رابطه بین سازه‌ها و در نتیجه تأیید فرضیه‌های پژوهش در سطح اطمینان ۹۵ درصد دارد. در شکل ۲ مدل مربوط به مقادیر t-values ارائه شده است. R^2 معیار دیگری است که برای متصل کردن بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدلسازی معادلات ساختاری به کار می‌رود و نشان از تأثیری دارد که یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا می‌گذارد. یکی از مزیت‌های اصلی روش PLS این است که این روش قابلیت کاهش خطاها در مدل‌های اندازه‌گیری یا افزایش واریانس بین سازه و شاخص‌ها را دارد. نکته ضروری در اینجا این است که مقدار R^2 تنها برای سازه‌های

درون زای (وابسته) مدل محاسبه می شود و در مورد سازه های برونزا، مقدار این معیار صفر است. میزان R^2 صفر تا یک متغیر است و نشان دهنده برازش مدل ساختاری در سه سطح ضعیف (۰/۱۹)، متوسط (۰/۳۳) و قوی (۰/۶۷) است (جدول ۵).

جدول ۵. ضریب معناداری (t-values) روابط هریک از عامل های اصلی با یکدیگر و با زیرعامل ها

T-Values	روابط هریک از عامل ها با زیرعامل ها
۷/۹۵۸	مدیریت دانش ← میزان کارآفرینی
۶/۶۸۲	مدیریت دانش ← سرمایه اجتماعی
۸/۴۲۴	سرمایه اجتماعی ← میزان کارآفرینی

با توجه به اینکه تقریباً همه مسیرهای روابط بین مؤلفه های پژوهش بزرگ تر از ۱/۹۶ و معنادار است، این معناداری حاکی از پیش بینی صحیح روابط مدل پژوهشی است. در PLS، هیچ معیار کلی به منظور برازش مدل کلی (مدل کلی شامل هر دو بخش مدل اندازه گیری و ساختاری می شود) وجود ندارد. به همین منظور تلاش های بسیاری برای حل این مشکل صورت گرفته است. تنها تنهاوس^۱ و همکاران (۲۰۰۴) معیاری کلی با عنوان GOF^2 را برای حل این مشکل پیشنهاد دادند که می تواند به عنوان شاخصی مطمئن برای برازش کل مدل محسوب شود. با توجه به بررسی های آنها GOF از طریق معادله ۲-۴ قابل محاسبه است. مقادیر به دست آمده از طریق این فرمول با توجه به تحقیق وتزلس^۳ و همکاران (۲۰۰۹) می تواند با سه مقدار ۰/۱، ۰/۲۵، ۰/۳۶ در سه سطح ضعیف، متوسط و قوی دسته بندی شوند.

$$GOF = \sqrt{\text{communalities}} \times R^2$$

معادله ۱. فرمول محاسبه برازش کلی مدل در روش PLS

جدول ۶. مقادیر communalities و R^2 به منظور محاسبه شاخص برازش کلی مدل (GOF)

مقدار R^2	مقدار communalities	ابعاد پژوهش	
۰/۴۴۵۲۸۸	۰/۵۲۶	نوآوری	کارآفرینی
۰/۵۳۳۸۹۰	۰/۶۵۳	پیشگامی	
۰/۴۸۳۸۲۳	۰/۵۲۵	ریسک پذیری	
۰/۴۲۲۴۰۱	۰/۷۱۶	خودتجدیدی	
۰/۳۲۴۷۱۲	۰/۶۳۸	رقابت تهاجمی	
۰/۵۵۹۹۰۹	۰/۶۷۶	ساختاری	سرمایه اجتماعی
۰/۴۹۰۹۶۰	۰/۷۰۲	رابطه ای	
۰/۵۲۵۶۰۷	۰/۶۹۶	شناختی	
۰/۴۳۹۲۹۸	۰/۶۳۴	انتشار دانش	مدیریت دانش
۰/۲۵۰۴۸۷	۰/۷۱۰	به کارگیری دانش	
۰/۶۱۰۷۰۰	۰/۷۷۹	جذب دانش	
۰/۳۱۷۷۱۷	۰/۷۵۳	دانش آفرینی	
۰/۲۸۵۰۰۶	۰/۶۸۴	ذخیره دانش	
۰/۴۵۷۹۸۲	۰/۷۶۰	سازماندهی دانش	کارآفرینی
۰/۲۷۵۸۶۹	مرتبه دوم		
برونزا	مرتبه دوم		
۰/۱۵۳۲۲۳	مرتبه دوم		مدیریت دانش
			سرمایه اجتماعی

1. Tnnhavs

2. Goodness of Fit

3. Vtzls

برازش کلی مدل براساس معیار GOF که برابر ۰/۲۹۲ در سطح قوی ارزیابی می‌شود و بنابر پژوهش‌های وتزلس و همکاران (۲۰۰۹) برازش کلی مدل تأیید می‌شود. پس از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری و مدل ساختاری و داشتن برازش مناسب مدل‌ها، به بررسی و آزمون فرضیه‌های تحقیق پرداخته می‌شود. از این‌رو نتایج حاصل از ضرایب معناداری برای هریک از فرضیه‌ها، ضریب استاندارد شده مسیرهای مربوط به هریک از فرضیه‌ها و نتایج بررسی فرضیه‌ها، در جدول‌های ۷ و ۸ مطرح شده است.

جدول ۷. نتایج فرضیه تأثیرات مستقیم مدیریت دانش بر کارآفرینی و سرمایه اجتماعی در مدیران باشگاه‌های ورزشی خصوصی شیراز

فرضیه‌های پژوهش	ضریب مسیر	t-value	تأیید یا رد فرضیه
مدیریت دانش ← انتشار دانش	۰/۶۶۸	۱۸/۴۰۵	تأیید
مدیریت دانش ← به‌کارگیری دانش	۰/۵۰۰	۷/۵۵۰	تأیید
مدیریت دانش ← جذب دانش	۰/۷۸۱	۲۹/۰۲۳	تأیید
مدیریت دانش ← دانش‌آفرینی	۰/۵۶۴	۹/۴۸۰	تأیید
مدیریت دانش ← ذخیره دانش	۰/۵۳۴	۹/۲۵۵	تأیید
مدیریت دانش ← سازماندهی دانش	۰/۶۷۷	۱۶/۰۷۲	تأیید
مدیریت دانش ← سرمایه اجتماعی	۰/۳۹۱	۶/۶۸۲	تأیید
مدیریت دانش ← میزان کارآفرینی	۰/۱۰۹	۷/۹۵۸	تأیید

جدول ۸. نتایج فرضیه تأثیرات مستقیم میزان کارآفرینی در مدیران باشگاه‌های ورزشی خصوصی شهر شیراز

فرضیه‌های پژوهش	ضریب مسیر	t-value	تأیید یا رد فرضیه
میزان کارآفرینی ← نوآوری	۰/۶۶۷	۱۳/۷۸۸	تأیید
میزان کارآفرینی ← پیشگامی	۰/۷۳۱	۲۲/۵۵۲	تأیید
میزان کارآفرینی ← ریسک	۰/۶۹۶	۲۱/۵۵۶	تأیید
میزان کارآفرینی ← رقابت‌تهداچی	۰/۶۷۰	۱۰/۸۴۴	تأیید
کارآفرینی ← خودتجدیدی	۰/۶۵۰	۱۵/۳۱۴	تأیید

با توجه به جدول‌های ۷ و ۸ فرض پژوهشی تأیید می‌شود، بدین‌صورت که مدیریت دانش ۱۰/۹ درصد از تغییرات متغیر میزان کارآفرینی و ۰/۳۹۱ از تغییرات سرمایه اجتماعی را در باشگاه‌های شیراز با آماره معناداری t-value برابر با ۱/۹۶ تبیین می‌کند.

جدول ۹. نتایج فرضیه تأثیرات مستقیم سرمایه اجتماعی با میزان کارآفرینی در مدیران باشگاه‌های ورزشی خصوصی شهر شیراز

فرضیه‌های پژوهش	ضریب مسیر	t-value	تأیید یا رد فرضیه
سرمایه ← شناختی	۰/۷۲۵	۲۱/۴۴۱	تأیید
سرمایه ← ساختاری	۰/۷۴۸	۲۰/۱۴۶	تأیید

سرمایه ← رابطه‌ای	۰/۷۰۱	۱۵/۶۷۲	تأیید
سرمایه اجتماعی ← کارآفرینی	۰/۴۷۳	۸/۴۲۳	تأیید

با توجه به جدول ۹، فرض پژوهشی تأیید می‌شود، بدین صورت که سرمایه اجتماعی ۴ درصد از تغییرات متغیر میزان کارآفرینی در باشگاه‌های شیراز را با آماره معناداری t-value برابر با ۸/۴۲ تبیین می‌کند. در آزمون سوبل، یک مقدار از طریق فرمول زیر به دست می‌آید که در صورت بیشتر شدن این مقدار از ۱/۹۶ می‌توان در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار بودن میانجی یک متغیر را تأیید کرد.

$$Z\text{-value} = \frac{a \cdot b}{\sqrt{(a^2 \cdot S_a^2) + ((a^2 \cdot S_b^2) + (S_b^2 + S_a^2))}}$$

تعریف هر مفهوم مورد استفاده در فرمول آزمون سوبل به این صورت است که مقدار ضریب مسیر میان متغیر مستقل و میانجی، b: مقدار ضریب مسیر میان متغیر میانجی و وابسته، S_a: خطای استاندارد مربوط به مسیر میان متغیر مستقل و میانجی، S_b: خطای استاندارد مربوط به مسیر میان متغیر میانجی و وابسته است.

جدول ۱۰. نتایج فرضیه تأثیرات غیرمستقیم مدیریت دانش با میانجی سرمایه اجتماعی با کارآفرینی در مدیران باشگاه‌های ورزشی خصوصی شهر شیراز

فرضیه‌های میانجی	مقدار معناداری سوبل	نتیجه آزمون
مدیریت دانش ← سرمایه اجتماعی ← میزان کارآفرینی	۳/۴۵	تأیید فرضیه

همچنین مطابق جدول ۱۰ سرمایه اجتماعی میانجی مناسبی برای تأثیر مدیریت دانش با میزان کارآفرینی است.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف تحقیق حاضر بررسی رابطه مدیریت دانش و کارآفرینی با نقش میانجی سرمایه اجتماعی در مدیران باشگاه‌های ورزشی خصوصی شهر شیراز بود. یافته‌های پژوهش نشان داد بین مدیریت دانش و کارآفرینی در مدیران باشگاه‌های ورزشی خصوصی شهر شیراز رابطه معناداری وجود دارد. نتیجه این یافته بیانگر آن بود که در باشگاه‌های خصوصی هرچه مدیریت دانش و ظرفیت‌های کسب، ثبت، خلق، انتقال و کاربرد دانش در مدیران بهبود یابد، کارآفرینی نیز این امکان را خواهد داشت تا ارتقا یابد و هر اندازه مدیریت دانش قوی‌تری حاکم باشد، به‌طور چشمگیری کارآفرینی بیشتر خواهد شد. از این رو باشگاه‌هایی که سطوح بالاتری از مدیریت دانش دارند، می‌توانند توانایی‌شان را در پاسخ به متغیرهای سریع و توسعه ایده‌های نوآورانه در محصول و خدمت ارتقا دهند. یحیی‌پور و زرندینی (۱۳۹۱) در پژوهش خود با عنوان «تأثیر قابلیت‌های مدیریت دانش بر فرایند نوآوری در سازمان» به این نتیجه رسیدند که مدیریت دانش (خلق و اکتساب، تسهیم و به‌کارگیری دانش) تأثیر معناداری در فرایند نوآوری دارد. این نتیجه همچنین با یافته‌های اکرامی (۱۳۹۵)، ناظم و همکاران (۱۳۸۹) و مدهوشی (۱۳۹۰) همخوان است. با توجه به نقش مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی، به مدیران باشگاه‌ها پیشنهاد می‌شود تا به مدیریت دانش و مؤلفه‌های آن توجه بیشتری کنند و از مؤلفه‌های این متغیر برای توسعه سطح کارآفرینی در محل کار خود بهره ببرند. نتایج نشان داد بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی در باشگاه‌های ورزشی خصوصی شهر شیراز نیز رابطه معناداری وجود دارد. در تفسیر این مطلب می‌توان گفت سازمانی

¹ Sobel Test

که سرمایه اجتماعی خوبی (همکاری و مشارکت بالا بین اعضا) داشته باشد، می‌تواند با تأثیر بر تبادل اطلاعات و انتقال دانش ضمنی و صریح موجب شکوفایی نظرهای جدید در افراد شود و این ایده‌های جدید موجب خلاقیت و نوآوری می‌شود و این خلاقیت و نوآوری، کارآفرینی سازمانی را در پی خواهد داشت. براساس برخی شواهد سازمان‌هایی که از سرمایه اجتماعی قدرتمندی سود می‌برند، می‌توانند به سرمایه‌های لازم برای کارآفرینی و فعالیت‌های شجاعانه دست یابند. در واقع هر باشگاه ورزشی به‌مثابه یک سیستم قادر به خلق ارزش از طریق سرمایه‌های انسانی خلاق است، چنانکه در واقع، این نوع سرمایه به پیوندها و ارتباطات میان اعضای شبکه به‌عنوان منبع بالارزشی اشاره می‌کند که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف سازمان می‌شود (کاسون و گلویتسا، ۲۰۰۷) که این هدف می‌تواند ایجاد کارآفرینی در باشگاه یا محیط پیرامونی باشد. این نتیجه با یافته‌های تحقیق منتظری (۱۳۹۵) و محرم‌زاده (۱۳۸۹) همخوانی دارد. پیشنهاد می‌شود مدیران با اتخاذ تدابیری لازم از جمله با تأکید بر آموزش کارکنان و ایجاد فضای مبتنی بر تفاهم، صداقت و همکاری به‌منظور بهبود سرمایه اجتماعی و به‌تبع آن کارآفرینی تلاش کنند. یافته‌های تحقیق همچنین نشان‌دهنده رابطه معناداری بین دانش‌آفرینی و کارآفرینی در مدیران باشگاه‌های ورزشی خصوصی شهر شیراز بود. این نتیجه بیانگر آن بود که هرچه زمینه خلق و ایجاد دانش در مدیران باشگاه‌های ورزشی بیشتر باشد، میزان کارآفرینی نیز در آنها افزایش می‌یابد و برعکس، مدیری که در خلق دانش ضعیف‌تر باشد، میزان کارآفرینی پایین‌تری دارد. بی‌شک یکی از مهم‌ترین بسترها برای توسعه کارآفرینی کسب و خلق دانش است، طوری که محققان بیان می‌دارند مزیت رقابتی پایدار تنها از طریق خلق دانش برای نوآوری حاصل می‌شود. سلیمانی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهش خود به این نتایج دست یافتند که بین مؤلفه‌های مدیریت دانش (خلق دانش، انتشار دانش و ذخیره دانش) و کارآفرینی سازمانی ارتباط معنادار مثبت وجود دارد و از بین مؤلفه‌های مدیریت دانش، بیشترین ضریب همبستگی به خلق دانش اختصاص یافت. این نتیجه همچنین با یافته‌های صفری، شورچ و صالح‌زاده (۱۳۹۳)، اکرامی، صفری و قلمکاری (۱۳۹۳)، مهر آذر، مهین‌پور و مهر آذر (۱۳۹۲) همسوست. با توجه به تحلیل گویه‌های پرسشنامه مشخص شد عواملی مانند ایجاد تغییر و تحول برای ایجاد دانش نسبت به دیگر عوامل در سطح نامطلوب‌تری قرار دارد. از این رو پیشنهاد می‌شود مدیران باشگاه‌های ورزشی برای خلق دانش در باشگاه‌ها به این عوامل توجه بیشتری کنند و شرایط لازم را برای ایجاد این موارد فراهم کنند. نتایج همچنین بیانگر آن بود که بین کسب دانش و کارآفرینی در مدیران باشگاه‌های ورزشی خصوصی شهر شیراز رابطه معناداری وجود دارد. گردآوری و اکتساب دانش ضمنی و عینی از درون و بیرون سازمان به‌عنوان درون‌داد نظام مدیریت دانش تلقی می‌شود و اکتساب دانش به ایده‌پردازی و نوآوری و کارآفرینی منجر خواهد شد. سارین و مک درموت (۲۰۰۳) در پژوهش خود عنوان کردند که سازمان‌های توانمندتر که دانش را از درون و بیرون سازمان کسب می‌کنند، می‌توانند عدم اطمینان را کاهش دهند، فرصت‌های بیشتری کسب کنند و به مزیت‌های فنی و فناورانه بیشتری دست بیابند و از این رو در محصولات و خدمات خود نوآوری (که به عقیده‌ی دراکر ابزار مخصوص کارآفرینی است) ایجاد کنند. این نتیجه با یافته‌های صفری، شورچ و صالح‌زاده (۱۳۹۳)، اکرامی، صفری و قلمکاری (۱۳۹۲)، مهر آذر، مهین‌پور و مهر آذر (۱۳۹۲) و کوشکی جهرمی و بودلایی (۱۳۸۹) همسوست. با توجه به تحلیل گویه‌های پرسشنامه مشخص شد عواملی مانند کسب اطلاعات و دانش به‌روزرسانی‌شده نسبت به دیگر عوامل در سطح پایین‌تری قرار دارد. از این رو به مدیران باشگاه‌ها پیشنهاد می‌شود که برای کسب دانش در باشگاه به این عوامل توجه بیشتری کنند و با استفاده از فناوری‌های نوین اطلاعاتی به‌منظور کسب دانش شرایط لازم را برای ایجاد این موارد در سازمان فراهم کنند. نتایج تحقیق حاکی از وجود رابطه معنادار بین سازماندهی دانش و کارآفرینی در مدیران باشگاه‌های ورزشی خصوصی شهر شیراز است. به‌منظور تبیین این نتیجه می‌توان گفت که تمرکز روی ایجاد مهارت جدید، خدمات جدید، نظرهای بهتر و فرایندهای مؤثر به ایده‌های نوآورانه و خلاقانه می‌انجامد. در واقع داشتن یک شبکه داخلی سازمانی و تسهیل در ارتباط بین افراد داخل سازمان با یکدیگر به تمایل فرد در انجام فعالیت‌های کارآفرینانه کمک خواهد کرد که این امر در هر باشگاه ورزشی در واقع از الزامات ساختارسازی هر باشگاه دانش‌محور است. این نتیجه با یافته‌های صفری، شورچ و صالح‌زاده (۱۳۹۳) و اکرامی، صفری و قلمکاری (۱۳۹۲) همخوانی دارد. نتایج همچنین نشان داد که بین ذخیره دانش و کارآفرینی در مدیران باشگاه‌های ورزشی خصوصی شهر شیراز رابطه معناداری وجود دارد. از آنجا که دانش منبع کلیدی کسب مزیت رقابتی محسوب می‌شود،

¹ Sarin, McDermott

ذخیره و حفظ دانش ایجادکننده ارزشی برای سازمان است که این ارزش خود به حفظ کارآفرینی منجر می شود. مدیریت دانش با ایجاد، توسعه و ترویج دانش و تمرکز بر دارایی های غیرفیزیکی سازمان (تجارب و دانش کارکنان)، شرایطی را برای بروز رفتار کارآفرینانه فراهم می سازد و سبب به وجود آمدن سازمان های کارآفرین می شود که مجموعه اقدام ها تأثیر مستقیمی بر رشد و توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی سازمان دارد. این نتیجه با یافته های تحقیقات صفری، شورچ و صالح زاده (۱۳۹۳) و اکرامی، صفری و قلمکاری (۱۳۹۲) همخوانی دارد. با توجه به تحلیل گویه های پرسشنامه مشخص شد عواملی مانند به روزرسانی آسان دانش و اطلاعات مورد نیاز و نگهداری اطلاعات مربوط به مراجعان نسبت به دیگر عوامل در سطح نامطلوب تری قرار دارد. از این رو پیشنهاد می شود مدیران باشگاه برای ذخیره و نگهداری دانش در سازمان به این عوامل توجه بیشتری کنند و با تهیه روش ها و دستورالعمل های لازم به منظور ثبت و نگهداری روش های انجام کار شرایط لازم را برای ایجاد این موارد در باشگاه فراهم کنند. نتایج نشان دهنده رابطه معنادار بین انتشار دانش و کارآفرینی در مدیران باشگاه های ورزشی خصوصی شهر شیراز بود. در تفسیر این مطلب می توان گفت با اشتراک و تسهیم دانش، مهارت ها و تجارب کاری بین افراد انتقال می یابد که این امر خود سبب افزایش یادگیری می شود، به همین دلیل توزیع دانش عنصر کلیدی برنامه های مدیریت دانش کارآمد و مؤثر است و همچنین افراد کارآفرین و خالق با کمک دانش یکدیگر ایده های نوآورانه ای را برای حل مشکلات پیشنهاد می دهند (تویسرکانی، ۱۳۹۶). تسهیم دانش در باشگاه ورزشی می تواند به انحای گوناگون درون سازمانی یا تسهیم با مشتریان به سبب ویژگی های خاص ساختار باشگاه های ورزشی احتمالاً نوعی از مسئولیت اجتماعی هر باشگاه ورزشی باشد که در نهایت به توسعه ورزش علمی و تخصصی تر شدن و در نهایت بهبود کارآفرینی خواهد انجامید. چانگ و چن (۲۰۰۸) در پژوهش خود برای تعیین رابطه مدیریت دانش و کارآفرینی نشان دادند هنگامی که افراد سازمانی دانش را بین خود تسهیم می کنند، می توانند یادگیری جمعی و مزایای هم افزایی را افزایش دهند، تنها از این راه فرصت های محیطی را شناسایی کرده و برای محصولات و خدمات جدید ایده پردازی کنند.

این نتیجه همچنین با یافته های ناظم و کریم زاده، قادری (۱۳۸۹) و کوشکی جهرمی و بودلایی (۱۳۸۹) همخوانی دارد. با تحلیل گویه های پرسشنامه مشخص شد عواملی مانند تشویق و ترغیب کارکنان به تسهیم دانش و انتقال نسبت به دیگر عوامل نمره پایین تری کسب کردند. از این رو پیشنهاد می شود مدیران باشگاه ها ورزشی برای تسهیم دانش در باشگاه به این عوامل توجه بیشتری داشته باشند و شرایط لازم را برای ایجاد محیط مبتنی بر اعتماد برای تشویق کارکنان به تسهیم دانش و برگزاری جلسات برای ارائه مطالب فراهم کنند. افزون بر این نتایج تحقیق بیانگر رابطه معنادار بین کاربرد دانش و کارآفرینی در مدیران باشگاه های ورزشی خصوصی شهر شیراز بود. در تبیین این نتیجه می توان گفت، سازمان هایی می توانند قدرت رقابت داشته باشند که با بر عهده گرفتن نقشی فعال و تأثیرگذار از کارآفرینی سازمانی پشتیبانی کنند. در محیط ناپایدار و پیچیده امروز، سازمان هایی کامیاب هستند که به مزیت رقابتی پایدار دست یابند. در سال های اخیر منبع اصلی مزیت رقابتی از کارایی و کیفیت به کارآفرینی و نوآوری تغییر یافته است و این حاصل نمی شود جز با به کارگیری دانش. حسنقلی پور و همکاران (۲۰۰۹) مدلی را برای سنجش بلوغ مدیریت دانش در سازمان ها ارائه کردند و دریافتند که اجرای مدیریت دانش در سازمان ها در صورت بلوغ کافی سازمان موجب تغییرات مهمی در فرایند، زیرساخت و فرهنگ سازمانی می شود. هر باشگاه ورزشی به عنوان یک باشگاه دانش محور اگر دانش های خلق شده را به کار بگیرد، تمام نتایجی را که مطرح شده دریافت خواهد کرد، چراکه تولید دانش یا تسهیم آن حتی با ایجاد ساختار سازی در صورت عدم به کارگیری احتمالاً نتایج چشمگیری را به بار نخواهد آورد. این نتیجه با یافته های صفری، شورچ و صالح زاده (۱۳۹۳) که نشان دادند توانمندسازی های مدیریت دانش بر فرایند مدیریت دانش تأثیر گذارند و فرایند مدیریت دانش نیز بر عملکرد سازمانی و کارآفرینی سازمانی تأثیر گذار است، همخوانی دارد. با توجه به تحلیل گویه های پرسشنامه مشخص شد عواملی مانند برگزاری جلسات برای تبادل اطلاعات بین مسئولان و کارکنان نسبت به دیگر عوامل در سطح پایین تری قرار دارد. از این رو پیشنهاد می شود مدیران باشگاه ها برای به کارگیری دانش در باشگاه به این عوامل توجه بیشتری کنند و شرایط لازم برای استفاده از دانش در حین کار را فراهم کنند. نتایج همچنین نشان داد که بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی با کارآفرینی باشگاه های ورزشی خصوصی شهر شیراز رابطه معناداری وجود دارد که با یافته های فراهانی و فلاح (۱۳۸۶) همخوانی دارد. در توجیه این مطلب می توان گفت سازمان هایی مانند باشگاه های ورزشی که در آنها مشارکت، تعهد و اعتماد در سطح بالاتری قرار دارد، افراد زمان کمی را صرف حراست و حمایت از خود در جهت استثمار نشدن در تعاملات با دیگران و نظارت بر اعمال خلاف همکاران می کنند و تبادل اطلاعات در سطح اعتماد بالا بیشتر

صورت می‌گیرد و اینها سبب می‌شود تا فرد زمان بیشتری را برای فکر کردن، خلاقیت و نوآوری و در نهایت کارآفرینی داشته باشد. از این رو پیشنهاد می‌شود مدیران باشگاه با ایجاد سازوکار مشترک بین کارآفرینان با سایر افراد و در نتیجه دستیابی به فهم و ارتباط بیشتر زمینه بهبود و تقویت بعد شناختی سرمایه اجتماعی را فراهم کنند. در ادامه رابطه معناداری بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی با میزان کارآفرینی باشگاه‌های ورزشی خصوصی شهر شیراز مشاهده شد. این نتیجه با یافته‌های الوانی و عبدالله‌پور (۱۳۸۷) همسوست. در واقع ایجاد سرمایه ساختاری مناسب امکان دسترسی کارآفرینان را به منابع و اطلاعات غیرتکراری و جامع فراهم می‌کند و وجود ساختار سازمانی مناسب و روابط افقی و عمودی که در آن تصمیم‌گیری و کار عمودی مطرح باشد، موجب ایده‌پروری و نوآوری در سازمان و در نهایت کارآفرینی سازمانی می‌شود. بنابراین پیشنهاد می‌شود ادارات ورزش و جوانان با فراهم ساختن امکانات و زمینه بهره‌گیری از روابط شبکه‌ای باشگاه‌ها و امکانات دسترسی بیشتر به تسهیلات مالی و تأمین منابع لازم در جهت حمایت از سرمایه‌های اجتماعی در ساختار هر باشگاه را در دستور کار خود بگنجانند. نتایج همچنین نشان‌دهنده رابطه معناداری بین بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی با میزان کارآفرینی باشگاه‌های ورزشی خصوصی شهر شیراز است. بعد رابطه‌ای از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی است. شاخص‌هایی چون اعتماد، هنجارها، انتظارات و روابط متقابل و همچنین هویت مشترک از جمله مهم‌ترین این عوامل است. اگر در محیط کاری، صداقت در رفتار و کردار کارکنان وجود داشته باشد، آنها راحت‌تر می‌توانند به یکدیگر اعتماد می‌کنند و اطلاعات و دانسته‌های خود را انتقال می‌دهند و از این طریق ارتباطات بین آنها تقویت می‌شود. مشارکت در کارهای گروهی، روحیه جمعی را افزایش می‌دهد و به آنها می‌آموزد آنچه برای فرد مهم است، می‌تواند برای گروه نیز مفید و سودمند باشد و برعکس. از این رو کارکنان سعی خواهند کرد هرچه در توان دارند، برای موفقیت گروه به کار گیرند و این امر از معیارهای اصلی برای تقویت کارآفرینی است. این یافته با نتایج پژوهش الوانی و عبدالله‌پور (۱۳۸۷) همسو بود. با توجه به این نتیجه پیشنهاد می‌شود که مدیران باشگاه‌ها با برگزاری دوره‌های آموزش به منظور افزایش تعامل بین کارکنان و تهیه الگوهای ارتباطی به منظور افزایش بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی تلاش کنند. در نهایت با توجه به مدل تحقیق، نتایج نشان داد سرمایه اجتماعی می‌تواند به عنوان یک میانجی بین مدیریت دانش و کارآفرینی نقش مثبتی را ایفا کند که با نتایج تحقیق شکراللهی (۱۳۹۵) همخوانی دارد. در واقع سرمایه اجتماعی می‌تواند به عنوان واسط و یک کاتالیزور بین دانش و کارآفرینی در باشگاه‌های ورزشی عمل کند. بدین ترتیب حتی اگر باشگاه به ساختارسازی دانش، جذب، تسهیم و انتشار دانش در محیط باشگاه به عنوان یک سیستم در جهت توسعه و بهبود کارآفرینی سازمانی باشگاه متعهد باشد، در نهایت همه این امور باید از طریق سرمایه اجتماعی پایه‌ریزی شود و این سرمایه‌های اجتماعی اند که در صورت کارایی بالا احتمالاً این هدف مدیریت دانش را به نحو احسن انجام دهند. سرمایه‌های اجتماعی می‌توانند با ایجاد شبکه ارتباطی فراگیر، چابک و اثرگذار در باشگاه یا دیگر باشگاه‌ها مسیر جذب، انتقال و انتشار دانش را در بهترین، کوتاه‌ترین و مؤثرترین شیوه ممکن با توجه به موقعیت باشگاه یا منطقه محلی میسر کنند. این امر به خصوص در موارد دانش‌های فوری مانند تاریخ‌های برگزاری، الزامات بازگشایی باشگاه‌ها، قوانین فوری و نیز مسائل مرتبط با دوپینگ و یا ایجاد رویه‌های یکسان مدیریت باشگاه می‌تواند مورد تأکید باشد. بنابراین سرمایه اجتماعی می‌تواند به عنوان بعد مهم نوآوری در کسب و کار به حساب آید، چراکه به عنوان چشم باز باشگاه، تمایلات افراد و مشارکت آنها در یک کسب و کار ورزشی، خرد جمعی را ایجاد کند (محمد کاظمی و همکاران، ۱۳۹۵) که سبب ایجاد فرصت ارائه ایده‌ها و تفکرات می‌گردد و این امکان وجود خواهد داشت که ایده‌ها از طریق نوآوری به کارآفرینی در باشگاه تبدیل خواهد شد. از این رو پیشنهاد می‌شود مدیران از طریق پیاده‌سازی مدیریت مشارکتی، تعهد کارکنان به سازمان را افزایش دهند و از این طریق به ایجاد شبکه‌های درون‌سازمانی که کانون ایجاد دانش هستند، کمک کنند. همچنین بر برخورد منطقی و احترام‌آمیز کارکنان با مشتریان، تأکید داشته باشند. در این مسیر، باید برای کارکنان دوره‌های آموزشی و توجیهی برگزار کرد تا بتوانند در برخورد با مشتری به گونه‌ای رفتار کنند که مشتری راضی باشد و باشگاه را به سایر مشتریان نیز پیشنهاد دهد.

باید اذعان کرد این تحقیق دارای محدودیت‌هایی از جمله عدم تمایل به همکاری کامل اداره کل ورزش و جوانان در ارائه آمارها بوده است. افزون بر این در برخی باشگاه‌ها مدیران اجرایی با مدیران واقعی که باشگاه توسط آنان ثبت شده بود، یکسان نبود که این امر شاید مدیران کنونی را فاقد صلاحیت‌های لازم در ارائه داده‌ها نشان دهد.

تقدیر و تشکر

از معاونت محترم پژوهشی دانشگاه جهرم به خاطر حمایت معنوی در اجرای پژوهش حاضر سپاسگزاری می‌شود. همچنین از داوران محترم به خاطر ارائه نظرهای ساختاری و علمی سپاسگزاری می‌شود.

References

- Alvani, S., Abdullah, M. (2008). "The role of Social Capital in Organizational Entrepreneurship". Journal Management Magazine, 7(27), pp: 5-26. (In Persian).
- Asadi, N., Moradi, A. (2013). "The Relationship between Social Capital and Organizational Entrepreneurship in Sport and Youth Organization". North Sport Management and Physiology. 1 (2), pp: 29-43. (In Persian).
- Bojica, A.M., Fuentes, M.D.M. (2012). "Knowledge Acquisition and Corporate Entrepreneurship: Insights from Spanish Smes in the Ict Sector". Journal of World Business, 47(3), pp: 397-408.
- Casson, M., Glusta, M. (2007). "Entrepreneurship and Social Capital: Analyzing the Impact of Social Networks on Entrepreneurial Activity from a Rational Action Perspective". Research Entrepreneurship. 25 (3), pp: 220-244.
- Chih-Hsing, L. Tingko, L. (2015). "Promoting Entrepreneurial Orientation through the Accumulation of Social Capital, and Knowledge Management". International Journal of Hospitality Management. 46 (3), pp: 138-150.
- Chung-Jen, C., Va-Ching, Y. (2007). "Creativity Mechanism, Knowledge Management Capacity, and Innovation Performance". IEEE. pp: 1-7
- Darroch, J. (2005) "Knowledge Management and Innovation". Journal of Knowledge Management. 9(3), pp: 33-43.
- Darwishi, F. (2010). "The Role of Knowledge Management in Knowledge Application (Case Study in Parsian Bank)". First International Conference on Management and Innovation, Shiraz. pp: 21-32. (In Persian).
- Drucker, P. F. (2000). "Knowledge Work, Executive Excellence", 19 (10), pp: 11-12.
- Ekrami, M., Qalamkari, M. (2016). "Provide an Entrepreneurship Development Model based on Knowledge Management". Journal of Management Development and Transformation, 24, pp: 33-34. (In Persian).
- Ekrami, M., Safari, S., Ghalmcarii, M. (2014). "Development of Entrepreneurship Components of Municipal Employees". Quarterly Journal of Urban Economics and Management, 2(6), pp: 55-72. (In Persian).
- Farahani, A., Falahati, M. (2007). "Study of the Relationship between Psychological Factors of Empowerment and Organizational Entrepreneurship of Experts in Physical Education Departments of Universities". Research in Sports Sciences. 4 (15), pp: 67-79. (In Persian).
- Graham, K.W., Adams, F. G. (2016). "Knowledge Creation and Firm Performance: The Role of Process Integration in Collaborative Relationships". In Let'sGetEngaged! Crossing theThreshold ofMarketing's Engagement Era. Springer, Cham. pp: 215-216.
- Hasangholipour, T., Abedi Jafari, H., Khatibian, N. (2009). "Evaluating the Maturity Level of KM with Developed Maturity Model in Knowledge Management". Iranian journal of management sciences, 4 (14), PP: 121-148. (In Persian).
- Huili, Y., Wen, Huga J., Tien Tsai, M. (2009). "Entrepreneurial Orientation and Firm Performance: The Role of Knowledge Creation Process". Industrial Marketing Management, 34(4), pp: 440-449.
- Johansson, E., Raddats, CH., Witell, L. (2019). "The Role of Customer Knowledge Development for Incremental and Radical Service Innovation in Servitized Manufacturers". Journal of Business Research. 98, pp: 328-338.
- Kuratko, D. F., Hodgetts, R. M. (2001). "Entrepreneurship: a Contemporary Approach", 2nd ed. USA: Harcourt, College Publisher, pp: 57
- Kushki, J. A., Budlaee, H., Narimani. M. (2010). "Organizational Characteristics and their impact on Organizational Entrepreneurship (a Case Study of the Oil Company and Pars)". Journal of Management and Organizational Resources in the Oil Industry, 4 (3), pp: 113-129. (In Persian).
- Levie, J., Alia, A., Kelleya, D. (2019). "Market-driven Entrepreneurship and Institutions". Journal of Business, 113, pp: 117-128.

- Madhoushi, M., Sadati, A. (2011). “*Study of Process Effectiveness Knowledge Management on Organizational Entrepreneurship (Case Study: Businesses Small and Medium East of Mazandaran)*”. Journal of Entrepreneurship Development, 3(12), pp: 7-26. (In Persian).
- Masadeh, R.E., Shannak, R., Maqableh, M., Tarhini A. (2017). “*The Impact of Knowledge Management on Job Performance in Higher Education: The Case of the University of Jordan*”. Journal of Enterprise Information Management, 30(2), pp: 244-262.
- Mehrazar, Z., Mahinpoor, B., Mehrazar, M. (2013). “*The Relationship between Knowledge Management with Creativity and Entrepreneurship*”. National Conference of Entrepreneurial University (Knowledge-Based Industry). Babolsar, Mazandaran University. (In Persian).
- Mohamadkazemi, R., Zaffarian, R., khodayar, A., Javadinia, M. (2014). “*Identifying Entrepreneurial Business Opportunities in Sports Industry with an Approach*”. Journal of Entrepreneurship Development, 7(1), pp: 95-111. (In Persian).
- Moharramzadeh, M., Kashif, M., Behnoosh, SH. (2010). “*The Relationship between Social Capital and Organizational Entrepreneurship in the General Department of Physical Education of West Azerbaijan Province*”. Journal of Research in Sports Science. 26, pp: 119-134. (In Persian).
- Montazeri. M.E., Pasadipour. N., Alirezaei. A. (2011). “*The Impact of Social Capital on Organizational Entrepreneurship (Case Study: Small and Medium Businesses of Sirjan Special Economic Zone)*”. Journal of Social Capital Management. 3(4). pp: 583-605. (In Persian).
- Moradi, G., Asifzadeh, S. (2009). “*Knowledge Management Information*”. Journal of Qazvin University of Medical Sciences. 8(1), pp: 75-84. (In Persian).
- Mura, M., Lettieri, E., Radaelli, G., Spiller, N. (2013). “*Promoting Professionals’ Innovative Behaviour through Knowledge Sharing: The Moderating Role of Social Capital*”. Journal of Knowledge Management. 17 (4), pp: 527-544.
- Nazem, F., Karimzadeh, S., Ghaderi, A. (2010). “*Investigating the Relationship between Knowledge Management and Organizational Health with Employee Entrepreneurship in the Social Security Organization*”. Journal of Social Research. 3(9). Pp: 89-115. (In Persian).
- Safari, A., Shoorj, F., Salehzadeh, R. (2011). “*Investigating the Relationship between Knowledge Management, Entrepreneurship and Performance in the Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism Organization*”. Journal of Tourism Management Studies, 9(28), pp: 95-113. (In Persian).
- 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), p: 707-739
- Shokrollahi, S., Karimi, F. (2016). “*Pattern of Relationships between Social Capital and Knowledge Management with Entrepreneurial Tendencies of Isfahan Tile Industries Company Employees*”. Journal of Productivity Management, 16 (36), pp: 125-140. (In Persian).
- Soogwan, D., Edmund, J. Z. (2011). “*Social Capital and Entrepreneurship: An Exploratory Analysis*”. African Journal of Business Management, 5 (12), pp: 4961-4975.
- Tuserkani, Z. (2017). “*Investigating the Relationship between Knowledge Management Components and Entrepreneurial Spirit of Students of Payame Noor University in North Khuzestan*” Third International Conference on Humanities and Cultural Studies. Tehran. (In Persian).
- Vaezi, R., Moslemi, T. (2009) “*Identifying Organizational Factors Influencing the Optimal Knowledge Management System Implementation (Case Study: System Partners)*”. Journal of Management Development. 8(1), pp: 7-19. (In Persian).