

مدیریت ورزشی - بهار ۱۳۹۹  
دوره ۱۲، شماره ۱، ص: ۲۵۷ - ۲۴۱  
تاریخ دریافت: ۹۸ / ۰۴ / ۱۲  
تاریخ پذیرش: ۹۸ / ۰۸ / ۲۲

## تأثیر مدیریت دانش بر توسعه گردشگری ورزشی استان کرمان

امین خدابخش زاده<sup>۱</sup> - کوروش قهرمان تبریزی<sup>۲\*</sup> - اسماعیل شریفیان<sup>۳</sup>

۱. دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد کرمان، ایران ۲ و ۳. دانشیار، دانشکده

تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه شهید باهنر، کرمان، ایران

### چکیده

در دنیای کنونی لزوم توجه به مقوله مدیریت دانش در صنایع مختلف امری لازم و ضروری است. گردشگری ورزشی نیز از این امر مستثنا نیست و مدیریت کردن دانش در آن سبب تسریع در رسیدن به اهداف گردشگری ورزشی می‌شود. هدف از پژوهش حاضر بررسی تأثیر مدیریت دانش بر توسعه گردشگری ورزشی استان کرمان است. روش تحقیق حاضر از نوع توصیفی - پیمایشی و از نوع همبستگی بود. جامعه آماری پژوهش را کلیه کارکنان سازمان گردشگری استان کرمان، تمامی روسای آژانس‌های گردشگری استان کرمان و گردشگران ورزشی استان کرمان به تعداد ۴۲۰ نفر تشکیل دادند. برای سنجش و آزمون متغیرها از پرسشنامه محقق ساخته توسعه گردشگری ورزشی و پرسشنامه استاندارد فرایند مدیریت دانش (پاتریک و سونیا) استفاده شد. در خصوص پرسشنامه توسعه گردشگری ورزشی از روش کورس روسیتر به منظور شناسایی شاخص‌های مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی استفاده شد و با توجه به ادبیات پژوهش محورهای اقتصادی، سیاسی، ارتباطی، زیرساختی و مدیریتی به عنوان پنج محور توسعه گردشگری ورزشی استان کرمان شناسایی شدند. در نهایت تأثیر ابعاد مدیریت دانش یعنی ایجاد دانش، ذخیره دانش، نگهداری دانش، اکتساب دانش و توزیع دانش بر توسعه گردشگری ورزشی تأیید شد.

### واژه‌های کلیدی

توسعه، کرمان، گردشگری ورزشی، مدیریت دانش.

### مقدمه

امروزه پدیده گردشگری، به لحاظ درآمدزایی فراوان آن، بسیاری از کشورهای جهان را بر آن داشته است که سرمایه‌گذاری زیادی را به این بخش اختصاص دهند (۱). گردشگری از بزرگ‌ترین بخش‌های اقتصادی در جهان است و گردشگری مرتبط با ورزش، فرصت‌های بزرگی را برای رشد به‌عنوان یک مقصد گردشگری نوظهور ارائه می‌کند (۲). تعداد گردشگران جهان، سالیانه ۴/۳ درصد رشد دارد و در سال ۲۰۲۰ به ۱/۶ میلیارد نفر می‌رسد. در همین زمان هزینه‌های گردشگران در سرتاسر جهان در هر سال ۶/۷ درصد رشد دارد و به ۲ تریلیون دلار می‌رسد (۳). گردشگری ورزشی بین ۵ تا ۱۰ درصد از سفرها را به خود اختصاص می‌دهد و یکی از سریع‌ترین بخش‌های جهانگردی است و به‌علت درآمدزایی بالا، رقابت بسیار شدیدی را بین کشورها به‌وجود آورده است و کشورهای مختلف با توجه به نوع توریسم منطقه و فراهم کردن امکانات بهتر، به‌دنبال جذب این نوع از گردشگری هستند (۴). مدیریت سازمان‌ها با تکیه بر دانش برتر، امکان اتخاذ تصمیمات معقول‌تر در موضوعات مهم و بهبود عملکردهای مبتنی بر دانش را فراهم می‌آورند؛ از این‌رو، مدیریت دانش مقوله‌ای مهم‌تر از خود دانش محسوب می‌شود و سازمان‌ها در پی آن‌اند تا چگونگی تبدیل اطلاعات و دانسته‌های فردی و سازمانی به دانش و مهارت‌های فردی و گروهی را تبیین و روشن کنند (۵). در سال‌های اخیر خلق دانش و مدیریت دانش به‌عنوان عواملی برجسته برای رقابت‌پذیری سازمان‌ها و عملکرد سازمانی و موفقیت سازمانی شده‌اند. سازمان‌های موفق آنهایی هستند که پیوسته دانش جدید خلق کنند، به‌صورت گسترده‌ای آن را در سراسر سازمان اشاعه دهند و با سرعت زیاد این دانش را در فناوری‌ها، محصولات و خدمات جدید به‌کار گیرند. برای اجرای موفقیت‌آمیز مدیریت دانش به توانمندسازهایی نیاز است که خلق و نگهداری دانش را تحریک کنند و امکاناتی را برای تسهیم دانش در سازمان به‌وجود آورند. همچنین مدیریت دانش که رویکرد ساختاریافته‌ای برای استفاده از دانش فردی، تیمی یا سازمانی برای بهبود نوآوری، کیفیت، اثربخشی و عملکرد سازمانی است، با ایجاد، خلق، تسهیم و کاربرد دانش، توانایی شرکت و سرعت اثربخشی در تحویل خدمات را افزایش می‌دهد (۶). ارزش دانش در سازمان، در خلق مزایای بی‌شمار و افزایش توانایی سازمان حائز اهمیت است و برای حفظ بازار اقتصادی مطلوب و کسب مزایای پایدار رقابتی، توجه به فعالیت‌های دانش‌مدار شامل خلق و تحقیق، ذخیره، اشتراک و انتقال و به‌کارگیری دانش، اهمیت بسیار زیادی دارد و می‌بایست مدیریت دانش مؤثری را پرورش و سوق داد (۷). یکی از شیوه‌های مؤثر به‌منظور حفظ رقابت در صحنه بین‌المللی و افزایش اثربخشی سازمان، بهره‌گیری از سیستم اثربخش مدیریت دانش در

سازمان‌هاست (۸). برای نمونه مدیریت دانش در المپیک سیدنی با موفقیت پیاده‌سازی و به‌کار گرفته شد و در بهبود سطح دانایی و اثربخشی سازمانی تأثیر بسزایی داشت؛ بنابراین استقرار و به‌کارگیری مدیریت دانش در سازمان‌های ورزشی با توجه به وسعت و تنوع فعالیت‌ها، اهمیت آنها و پیچیدگی سازمان و ... نیز امری ضروری است (۹). امروزه، ورزش و سازمان‌های ورزشی به‌منظور حضور کارا و مؤثر در عرصه‌های مختلف ورزشی، اقتصادی و اجتماعی، چاره‌ای جز توجه بیشتر به حوزه‌های مختلف مدیریت دانش را ندارند (۱۰). سیستم مدیریت دانش می‌تواند ابزار مفیدی برای سازمان‌های گردشگری باشد؛ بنابراین اگر مدیران سازمان‌های گردشگری توانایی منحصربه‌فرد برای مدیریت دانش را داشته باشند و بتوانند آنها را به دانش به‌عنوان سرمایه یا به‌عبارتی سرمایه دانشی تبدیل کنند، خواهند توانست که مزیت رقابتی پایدار ایجاد کنند (۱۱). در این زمینه رودز (۲۰۱۰) نشان داد که صنعت هتلداری اسلوونی برای کسب مزیت رقابتی در صنعت گردشگری اروپا نیازمند توسعه بیشتر در زمینه مدیریت دانش است (۱۲). رئیسی و همکاران (۲۰۱۴) نشان دادند که اجرای اصول دانش‌مدار و تبدیل هر سازمانی به سازمان دانشی و یادگیرنده، به اثربخشی هرچه بیشتر سازمان‌ها منجر می‌شود و مواردی همچون نوآوری و شکوفایی استعدادها، شگرف در سازمان پدید خواهد آمد. این امر جز با بهره‌جستن مدیران از دانش و مهارت‌های مرتبط با مسائل مدیریت و به‌ویژه مدیریت دانش و مدیریت ورزش در سازمان‌های ورزشی به‌عنوان متولی اصلی ورزش در کشور محقق نخواهد شد (۱۳). راگردی (۲۰۱۸) در پژوهش خود، تأثیر مدیریت دانش و ابعاد آن (برونی‌سازی، ترکیب، درونی‌سازی و اجتماعی‌سازی) بر جذب گردشگری خارجی شهرستان کاشان را نشان داد (۱۴). دلیر (۲۰۱۱) در تحقیقی کمی و با جامعه آماری ۳۳۰ نفر از پزشکان تهران و با هدف بررسی تأثیر مدیریت دانش برای توسعه در گردشگری سلامت، نشان داد که رابطه مثبت و معناداری بین فرایندهای مدیریت دانش (کسب دانش و ذخیره دانش و تسهیم دانش و به‌کارگیری دانش) و توسعه گردشگری سلامت وجود دارد (۱۵). با توجه به اهمیت گردشگری ورزشی در دنیای رقابتی امروز و همچنین ضرورت به‌کارگیری مدیریت دانش در گردشگری ورزشی، بر آن شدیم تا برای اولین بار در ایران، تأثیر ابعاد مدیریت دانش را که شامل ایجاد دانش، ذخیره دانش، نگهداری دانش، اکتساب دانش و توزیع دانش هستند، بر توسعه گردشگری ورزشی استان کرمان بررسی کنیم، چراکه استان کرمان دارای شش اثر ثبت جهانی مانند کویر لوت، باغ شاهزاده ماهان، روستای صخره‌ای میمند، قنوات بم و جوپار و ارگ تاریخی بم است که سه اثر آن در فهرست آثار جهانی یونسکو قرار دارد و استان کرمان از این حیث در صدر استان‌های کشور قرار دارد. از نظر جاذبه‌های گردشگری ورزشی نیز جاذبه‌هایی مانند شن‌نوردی،

کویرنوردی، تپه‌نوردی، غارنوردی، دره‌نوردی، شترسواری، کوه‌نوردی، اکوتوریسم، ورزش‌های سنتی و بومی و محلی، سوارکاری، بیابان‌گردی، بالن‌سواری، آفرود و صخره‌نوردی در کنار حضور تیم‌های مختلف ورزشی در لیگ‌های مختلف داخلی، از جمله جاذبه‌های استان در بحث گردشگری ورزشی‌اند. امید است که با توجه به ظرفیت بالای استان کرمان در گردشگری ورزشی و همچنین توجه به میزان تأثیر هریک از ابعاد مدیریت دانش بر توسعه گردشگری ورزشی این استان و با به‌کارگیری مدیریت دانش در گردشگری ورزشی این استان، توسعه روزافزون گردشگری ورزشی در این استان را بیش‌ازپیش شاهد باشیم.

### روش تحقیق

روش تحقیق حاضر از نوع توصیفی-پیمایشی و از نوعی همبستگی بود. جامعه آماری پژوهش را کلیه کارکنان سازمان گردشگری استان کرمان، تمامی رؤسای آژانس‌های گردشگری استان کرمان و گردشگران ورزشی استان کرمان به تعداد ۴۲۰ نفر تشکیل می‌داد که در واقع این انتخاب به‌صورت غیرتصادفی هدفدار با استفاده از جدول کرجسی و مورگان<sup>۱</sup> ۲۰۱ نفر انتخاب شد. برای سنجش و آزمون متغیرها از پرسشنامه محقق‌ساخته توسعه گردشگری ورزشی و پرسشنامه استاندارد فرایند مدیریت دانش (پاتریک و سونیا<sup>۲</sup>، ۲۰۰۹) استفاده شد. در خصوص پرسشنامه توسعه گردشگری ورزشی از روش کورس روسیتر<sup>۳</sup> (۲۰۰۲) به‌منظور ساخت پرسشنامه و شناسایی شاخص‌های تحقیق استفاده شد؛ در این روش ابتدا مبانی نظری در خصوص تحقیق بررسی و از طریق مصاحبه با خبرگان سنجه‌ها شناسایی شدند و در نهایت دسته‌بندی بر سنجه‌ها صورت گرفت. از این‌رو در ابتدا از ۱۳ متخصص (استادان دانشگاهی، کارکنان ارشد سازمان گردشگری) خواسته شد تا تمام اجزای ممکن را که بر توسعه گردشگری ورزشی کمک می‌کند بیان کنند، براساس پاسخ گروه خبرگان و بررسی ادبیات پیشینه، محقق به فهرست اولیه ۴۶ شاخصی از جنبه‌های توسعه گردشگری ورزشی رسید. پس از آن با توجه به تداخل و همپوشانی شاخص‌ها برخی شاخص‌ها حذف و مجموعه ۳۴ شاخصی با جنبه متمایز ایجاد شد. در ادامه این فهرست مجدد به پانل متخصصان ارائه شد و از آنها درخواست شد در خصوص اینکه آیا واقعاً اعتقاد دارند این شاخص به توسعه گردشگری منجر می‌شود، نظر خود را براساس مقیاس نقطه‌ای (۱=قطعاً به توسعه گردشگری ورزشی کمک نمی‌کند)،

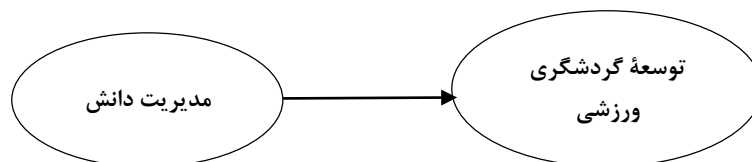
1. robert v. krejcie & daryle w. morgan
2. Patrick S.W. Fong and Sonia K.Y. Choi
3. Rossiter's C-OAR-SE Procedure

(۲) = ممکن است به توسعه گردشگری ورزشی کمک کند) و (۳) = به ایجاد توسعه گردشگری ورزشی کمک می‌کند) ارائه دهند. براساس پاسخ گروه پانل میانگین نمره برای هریک از شاخص‌ها محاسبه شد و شاخص‌های با میانگین پایین حذف شدند و در نهایت ۲۸ شاخص اثربخش در توسعه گردشگری ورزشی مشخص شد که براساس نوع کدگذاری محورهای مربوط با توجه به ادبیات پژوهش به شرح محورهای اقتصادی، سیاسی، ارتباطی، زیرساختی و مدیریتی و در نهایت براساس آن کد انتخابی توسعه گردشگری ورزشی ایجاد شد. در گام بعد، از شاخص‌های استخراج شده فرم‌های CVI و CVR در اختیار پنج خبره (متخصص که محتوای بحث مورد نظر را به لحاظ ابعاد نظری می‌شناخت و در مورد موضوع تحقیق پژوهش انجام داده بود؛ یک متخصص که در زمینه ابزار پژوهش فعالیت داشت و مباحث نظری و عملی موضوع را اندازه‌گیری کرده بود) قرار داده شد و براساس الگوی لاوشه<sup>۱</sup> (۱۹۷۵)، والتز و باسل<sup>۲</sup> (۱۹۸۱) مبنی بر مرتبط بودن، واضح بودن و ساده بودن سنجشی مجدد بر شاخص‌ها صورت گرفت و چهار سؤال ویژگی سه معیار را نداشتند و در نهایت ۲۴ سؤال به منظور ارزیابی کمی مناسب شناخته شد. بر این اساس پرسشنامه<sup>۳</sup> ۲۴ سؤالی براساس مقیاس ۵ ارزشی لیکرت<sup>۴</sup> (از کاملاً مخالفم=۱ تا کاملاً موافقم=۵) تنظیم شد. دیگر ابزار اندازه‌گیری یعنی فرایند مدیریت دانش به دلیل عدم استفاده در حوزه ورزش پس از ترجمه در اختیار استادان و متخصصان مرتبط قرار گرفت و نظر آنها در این خصوص در پرسشنامه<sup>۳</sup> نهایی اعمال شد. این پرسشنامه با طیف لیکرت پنج‌گزینه‌ای (کاملاً مخالفم=۱ تا کاملاً موافقم=۵) تنظیم شده بود؛ روایی این پرسشنامه با نظرسنجی از ۵ نفر از استادان دانشگاهی بررسی و تأیید و پایایی آن مطلوب ارزیابی شد. با توجه به اینکه داده‌های این پژوهش با استفاده از پرسشنامه<sup>۳</sup> طیف لیکرت جمع‌آوری شده بود و مدل مربوط دارای پیچیدگی چندمتغیره بود، از روش معادلات ساختاری<sup>۴</sup> با رویکرد روش حداقل مربعات جزئی<sup>۵</sup> با استفاده از نرم‌افزار Smart - PLS استفاده شد.

- 1 . Lawshe
- 2 . Waltz & Bausell
- 3 . Likert scale
- 4 . Structural equation model(SEM)
- 5 . Partial Least Squares(PLS)

### یافته‌های تحقیق

هر پژوهشگری نیازمند یک چارچوب مفهومی است تا براساس آن ضمن شناسایی متغیرهای فرضیات، روابط بین این متغیرها و تعاریف مفهومی و عملیاتی آنها را تبیین کند. با توجه به متغیرهای تحقیق مدل مفهومی تحقیق براساس شکل ۱ ترسیم شد.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

در رویکرد روش حداقل مربعات جزئی چند اصل به منظور سنجش فرضیات آماری اصل و مبناست؛ پژوهش در گام اول باید بتواند برازش مدل اندازه‌گیری مناسب داشته باشد و در گام دوم برازش مدل ساختاری و در نهایت برازش مدل کلی را به دست آورد. برای بررسی برازش مدل اندازه‌گیری سه معیار پایایی، روایی همگرا و واگرا مورد سنجش قرار می‌گیرند، در خصوص پایایی سنجش بارهای عاملی، آلفای کرونباخ<sup>۱</sup> و پایایی ترکیبی<sup>۲</sup> مهم بوده که در جدول‌های ۱، ۲ و ۳ هر کدام به صورت مجزا ارائه شده است.

جدول ۱. تحلیل روایی همگرا توسعه گردشگری ورزش

متغیر مکنون	میانگین واریانس	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ	مقادیر اشتراکی
اقتصادی	۰/۶۷	۰/۸۶	۰/۹۲	۰/۶۷
زیرساخت	۰/۶۴	۰/۹۲	۰/۹۰	۰/۶۴
سیاست	۰/۶۱	۰/۸۲	۰/۶۸	۰/۶۱
ارتباطات	۰/۵۷	۰/۸۶	۰/۸۱	۰/۵۷
مدیریت	۰/۶۷	۰/۹۲	۰/۸۹	۰/۶۷

1. Cronbach's alpha

2. CR

جدول ۲. تحلیل روایی همگرا مدیریت دانش

متغیر مکنون	میانگین واریانس	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ	مقادیر اشتراکی
ایجاد دانش	۰/۵۰	۰/۸۷	۰/۸۳	۰/۵۴
ذخیره دانش	۰/۵۳	۰/۸۹	۰/۸۶	۰/۵۳
نگهداری دانش	۰/۶۱	۰/۸۸	۰/۸۴	۰/۶۱
اکتساب دانش	۰/۶۷	۰/۹۲	۰/۸۹	۰/۶۷
توزیع دانش	۰/۵۰	۰/۹۱	۰/۸۹	۰/۵۰

یافته‌های جدول‌های ۱ و ۲ نشان می‌دهد که وضعیت میانگین واریانس، مقادیر اشتراکی، پایایی ترکیبی، آلفای کرونباخ در متغیرها مطلوب است، یعنی تمامی مقادیر مربوطه و استاندارد را داراست، به این معنی که می‌توان به وضعیت پایایی و روایی همگرایی پژوهش حاضر اطمینان کرد.

جدول ۳. تحلیل روایی واگرا توسعه گردشگری ورزش (فورنل و لارکر)

سازه‌ها	اقتصادی	ارتباطات	مدیریت	سیاست	زیرساخت
اقتصادی	۰/۸۱				
ارتباطات	۰/۴۲	۰/۷۵			
مدیریت	۰/۴۴	۰/۶۴	۰/۸۱		
سیاست	۰/۶۲	۰/۵۴	۰/۵۵	۰/۵۸	
زیرساخت	۰/۱۵	۰/۵۰	۰/۵۴	۰/۳۵	۰/۸۰

جدول ۴. تحلیل روایی واگرا مدیریت دانش (فورنل و لارکر)

سازه‌ها	ایجاد دانش	اکتساب دانش	نگهداری دانش	توزیع دانش	ذخیره دانش
ایجاد دانش	۰/۷۰				
اکتساب دانش	۰/۶۴	۰/۸۱			
نگهداری دانش	۰/۶۹	۰/۵۲	۰/۸۲		
توزیع دانش	۰/۶۷	۰/۷۵	۰/۵۳	۰/۷۷	
ذخیره دانش	۰/۶۱	۰/۶۱	۰/۸۱	۰/۵۸	۰/۸۵

یافته‌های جدول‌های ۳ و ۴ در خصوص روایی واگرا برگرفته از روش فورنل و لارکر (۱۹۸۱) مشخص می‌کند که مقدار جذر میانگین واریانس متغیرها که در خانه‌های موجود در قطر اصلی ماتریس

قرار گرفته‌اند، از همبستگی میان آنها که در خانه‌های زیرین و راست قطر اصلی ترتیب داده شده‌اند، بیشتر است که این مورد نشان از تعامل بیشتر شاخص‌ها با یکدیگر است تا با سازه‌های دیگر. به بیانی دیگر روایی و اگریایی مورد مناسب است. یکی دیگر از کارهای مهم که قبل از فرضیه آزمایشی باید انجام داد، تعیین مناسب بودن بارهای عاملی سؤالات با سازه بر اساس یک مبنای مشخص می باشد که مبنای آن بیشتر بودن بار عاملی بیش از ۰/۴ است که در پژوهش حاضر تمامی سؤالات این ویژگی را داشتند و فقط دو سؤال ۸ و ۱۰ ذخیره دانش به دلیل پایین آوردن شاخص میانگین واریانس از پژوهش کنار گذاشته شدند. نظر به تمامی موارد و کدگذاری‌های باز و محوری و با توجه به ادبیات پیشینه، توسعه گردشگری ورزشی شامل مؤلفه‌های اقتصادی، سیاسی، ارتباطی، زیرساختی و مدیریتی است که هر کدام به نوع خود دارای گویه‌های زیر نیز هستند.

کدگذاری محور اقتصادی براساس ادبیات موجود، دارای کدهای رقابت‌پذیری، فعال بودن بخش خصوصی، مناسب بودن هزینه گردشگری و بازاریابی گردشگری است.

کدگذاری محوری سیاسی براساس ادبیات موجود، دارای کدهای دیدگاه‌های ایدئولوژیک، امنیت گردشگری، قوانین و مقررات حاکم و سیاستگذاری و حکمرانی است.

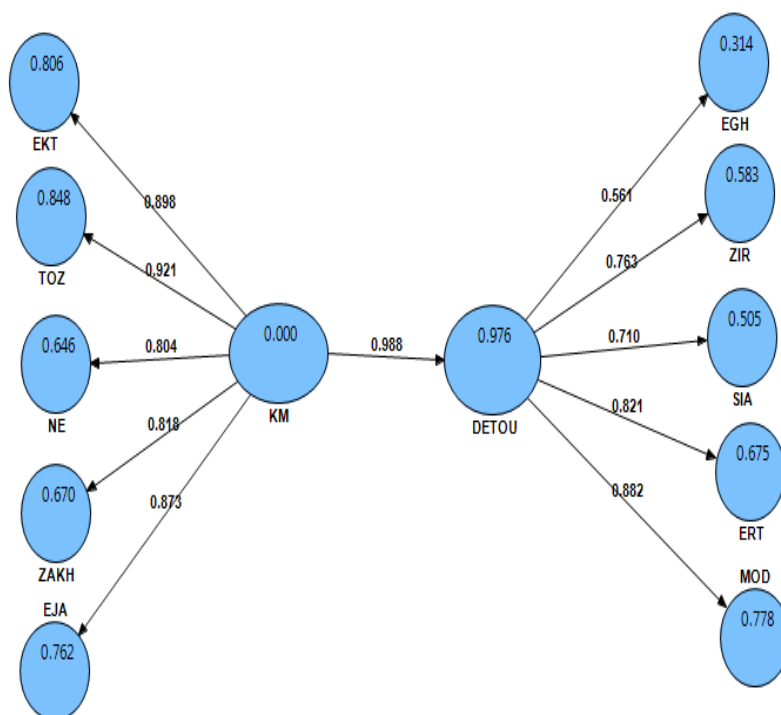
کدگذاری محوری ارتباطی براساس ادبیات موجود، دارای کدهای اطلاعات پایه گردشگری، فناوری اطلاعات (سخت‌افزار و نرم‌افزار)، آموزش گردشگری، بانک‌های اطلاعاتی گردشگری، نگرش گردشگری و اطلاع‌رسانی و روابط عمومی است.

کدگذاری محوری زیرساختی براساس ادبیات موجود، دارای سیستم حمل‌ونقل، محیط‌زیست، خدمات رفاهی، امکانات و تأسیسات، آکادمی‌ها و مراکز تخصصی ورزش، جاذبه‌های طبیعی ورزش، جاذبه‌های اجتماعی-فرهنگی و سازمان‌های مردم‌نهاد است.

کدگذاری محوری مدیریتی براساس ادبیات موجود، دارای برنامه‌ریزی در گردشگری، سازمان‌دهی در گردشگری، هماهنگی در گردشگری، نظام داوطلبی در گردشگری، کنترل و نظارت در گردشگری و نیروی انسانی متخصص در گردشگری است.

در مرحله آزمون فرضیه اصلی پژوهش که همانا بررسی تأثیر مدیریت دانش بر توسعه گردشگری ورزشی است و به رویکرد تلفیقی یا آمیخته مرسوم است، یافته‌های بخش کیفی به‌منظور آزمایش به بخش کمی منتقل و سنجش شدند که در شکل ۲ نشان داده شده است.



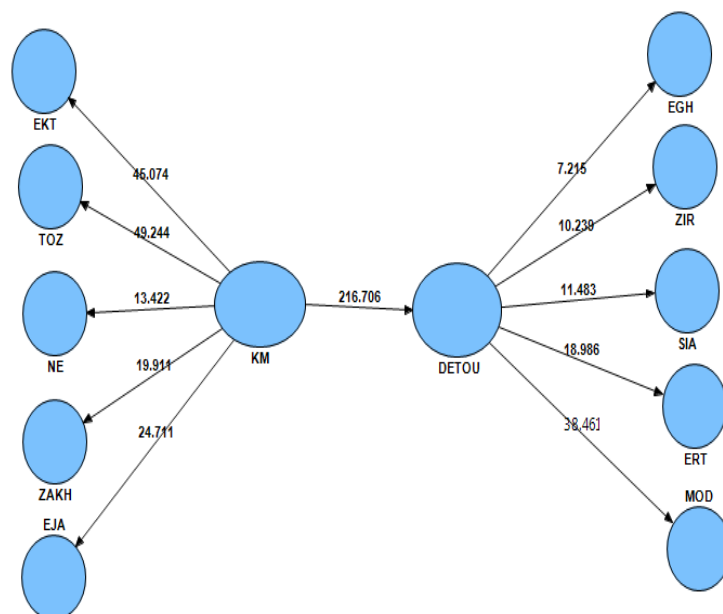


شکل ۲. الگوی ساختاری با ضرایب مسیرها و بارهای عاملی

یافته‌های شکل‌های ۲ و ۳ نشان از تأثیر یا عدم تأثیر متغیرهای مربوط به توسعه گردشگری ورزشی دارد که بر معیار ۱/۹۶ در سطح اطمینان ۰/۹۹ سنجش شده است، بنابراین نتیجه تأثیر مدیریت دانش بر توسعه گردشگری ورزش در جدول ۴ بدین شرح است.

جدول ۴. اثر عامل‌ها بر مفهوم مدیریت دانش بر توسعه گردشگری ورزشی

T- Values	T- Values	ضریب مسیر	مسیر
۰/۰۰۱	۲۱۶/۷۰۶	۰/۹۸۸	مدیریت دانش ← توسعه گردشگری ورزشی



شکل ۳. الگوی ساختاری با مقادیر  $t$

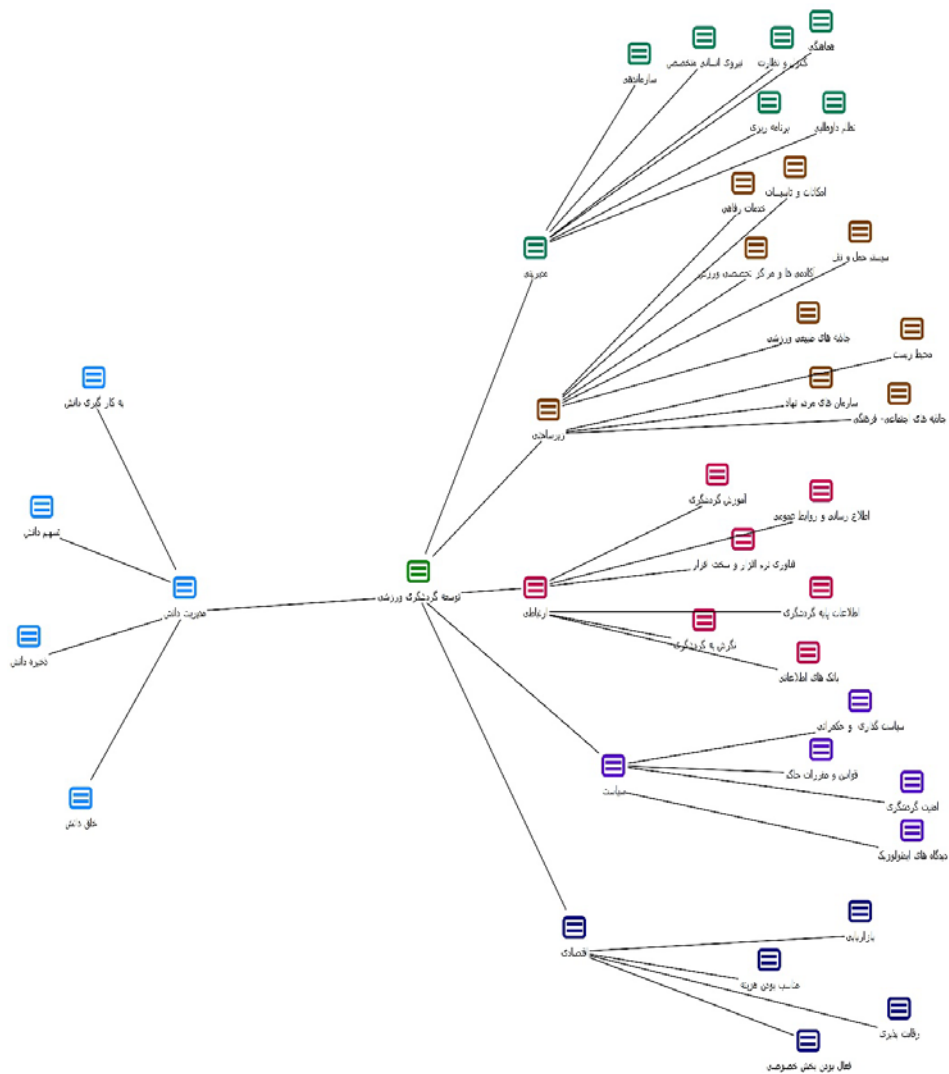
یافته‌های جدول ۴ براساس مقدار T-Values نشان از این دارد که تأثیر مدیریت دانش بر توسعه گردشگری ورزشی خارج از بازه  $\pm 1/96$  است. از این رو اثر مدیریت دانش بر توسعه گردشگری ورزشی تأیید می‌شود.

جدول ۵. کیفیت مدل توسعه گردشگری ورزشی

شاخص	$R^2$	$Q^2$	GOF
مقدار	۰/۹۷۶	۰/۳۰۷	۰/۰۷۰۹

جدول ۵ نشان می‌دهد، مقدار  $R^2$  بالای ۰/۶ است که نشان می‌دهد متغیرهای برون‌زا می‌توانند بیش از ۰/۹۰ رفتار متغیرهای درون‌زا یا توسعه گردشگری ورزشی را پیش‌بینی کنند. به عبارت دیگر، مدیریت دانش می‌تواند ۰/۹۷۶ درصد از کل واریانس متغیر آزمون را تبیین کنند. مقدار  $Q^2$  برای متغیر توسعه گردشگری ورزشی ۰/۳۰۷ برآورد شده است که نشان می‌دهد، مدل ساختاری که در شکل ۶ تحت عنوان

مدل تأثیر مدیریت دانش بر توسعه گردشگری ورزشی آمده است، از کیفیت مناسبی برخوردار است و مقدار  $GOF=0.76$  است که نشان می‌دهد، مدل کلی پژوهش که مدل تأثیر مدیریت دانش بر توسعه گردشگری ورزشی است، کیفیت بسیار مناسبی دارد.



شکل ۶. مدل تأثیر مدیریت دانش بر توسعه گردشگری ورزشی

### بحث و نتیجه‌گیری

محیط و اقتصاد رقابتی و پرتنش امروز سبب شده است تا مدیریت دانش به صورت فزاینده به عنوان عاملی پراهمیت برای کسب منافع و مزایای رقابتی سازمان‌دهی شود. سازمان‌ها برای کسب عواید و منافع سازمانی و اهداف خود موظف به دانستن چگونگی مدیریت دانش سازمانی از طریق توسعه، انتشار و به‌کارگیری دانش برای بهره‌برداری هستند، اما روش‌ها و رویه‌های در دسترس برای سنجش اثربخشی به‌طور کلی ناامیدکننده است و نیازهای همیشگی برای سنجش و ارزیابی این مقوله بسیار احساس می‌شود (۱۶). امروزه در همه‌جا صحبت از اهمیت مدیریت دانش و تأثیر آن در افزایش بهره‌وری و سبقت گرفتن از رقبا و کاهش میزان خطا و بهبود کیفیت در کارهاست و جای بسی تعجب است که تاکنون درباره تأثیر آن بر توسعه گردشگری ورزشی که قریب به اتفاق، همه پژوهشگران و صاحب‌نظران و کارشناسان که گردشگری ورزشی را یکی از بی‌دردسرتترین و بهترین منبع درآمد در کشورهای توسعه‌یافته می‌دانند، پژوهش‌های اندکی صورت گرفته است (شاو، ۲۰۰۹؛ رودز، ۲۰۱۰؛ دلیر، ۲۰۱۱؛ خواجه‌پور و دوستی، ۲۰۱۷؛ راگردی، ۲۰۱۸). پژوهش حاضر به بررسی تأثیر مدیریت دانش و ابعاد مدیریت دانش بر توسعه گردشگری ورزشی استان کرمان پرداخته است.

یافته‌های پژوهش نشان داد که ابعاد مدیریت دانش یعنی ایجاد دانش، ذخیره دانش، نگهداری دانش، اکتساب دانش و توزیع دانش بر توسعه گردشگری ورزشی تأثیر مثبت دارند. با توجه به اینکه پژوهش‌های اندکی در کشور به بررسی تأثیر مدیریت دانش و ابعاد آن بر توسعه گردشگری ورزشی پرداخته‌اند؛ بنابراین ادبیات اندکی در خصوص این پژوهش در دسترس است. پژوهش خواجه‌پور و دوستی (۲۰۱۷) نشان داد که مدیریت دانش با میزان توسعه صنعت گردشگری ورزشی تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین بین مدیریت دانش با میزان توسعه صنعت گردشگری مجموعه توریستی ورزشی بام سبز رامسر، همبستگی معنادار وجود دارد و مثبت بودن این ضریب بیانگر تغییرات در جهت افزایش یک متغیر با افزایش متغیر دیگر است که رابطه مستقیم و مثبتی حاکم است. از این‌رو با افزایش مدیریت دانش میزان توسعه صنعت گردشگری افزایش خواهد یافت (۱۷) که نتیجه این پژوهش نشان‌دهنده همسویی آن با هدف کلی پژوهش پیش‌روست، چراکه یافته‌های پژوهش حاضر تأثیر مثبت هر کدام از ابعاد مدیریت دانش را بر پیشرفت و توسعه گردشگری ورزشی استان کرمان نشان داد. همچنین نتایج دلیر (۲۰۱۱) نشان داد که رابطه معناداری بین فرایندهای مدیریت دانش (کسب دانش و ذخیره دانش و تسهیم دانش و به‌کارگیری دانش) و توسعه گردشگری سلامت وجود دارد. همچنین دریافت که بین فرایندهای مدیریت دانش و توسعه

گردشگری سلامت رابطه مثبت وجود دارد، بنابراین با بهره‌گیری از ابعاد مدیریت دانش می‌توان گردشگری سلامت را در استان تهران توسعه داد (۱۵) که نتیجه این پژوهش کمی که با جامعه آماری ۳۳۰ نفر از پزشکان انجام گرفته است، نیز نشان‌دهنده همسویی آن با هدف کلی پژوهش آمیخته (کیفی و کمی) فعلی است. در این پژوهش و با توجه به اثبات تأثیر مثبت مدیریت دانش بر توسعه گردشگری ورزشی استان کرمان، مدیران و سازمان‌ها و ارگان‌های درگیر با گردشگری ورزشی می‌توانند از طریق بهره‌گیری و به‌کارگیری ابعاد مختلف مدیریت دانش در فعالیت‌های مرتبط با گردشگری ورزشی، گردشگری ورزشی استان کرمان را توسعه دهند. همچنین با توجه به نتیجه پژوهش حاضر، توزیع دانش به‌عنوان یکی از ابعاد مدیریت دانش، از طریق ایجاد خلاقیت و نوآوری در سازمان‌ها، بر توسعه گردشگری ورزشی استان کرمان تأثیر مثبت دارد. با توجه به اینکه نوآوری از ارکان توسعه و پیشرفت است، شاو و ویلیامز (۲۰۰۹) نیز انتقال و مدیریت دانش در سازمان‌های گردشگری را سبب نوآوری در آنها می‌دانند (۱۸). راگردی (۲۰۱۸) نیز تأثیر مدیریت دانش و ابعاد آن (برونی‌سازی، ترکیب، درونی‌سازی و اجتماعی‌سازی) بر جذب گردشگری خارجی را نشان داد (۱۴) که همسویی نتایج آن پژوهش را با نتایج پژوهش فعلی مشخص می‌سازد، چراکه افزایش جذب گردشگران مصداق پیشرفت و توسعه گردشگری را دارد و با استنباط از نتایج پژوهش، از طریق برنامه‌ریزی‌ها و اتخاذ تصمیم‌های متکی بر دانش، می‌توان گردشگران ورزشی بیشتری را به سمت استان جذب کرد تا از این طریق علاوه بر توسعه گردشگری ورزشی استان کرمان، از فواید بی‌شمار گردشگری ورزشی نیز برخوردار شویم. همچنین براساس نتیجه پژوهش حاضر، ایجاد دانش و تسهیم دانش به‌عنوان دو بعد از ابعاد مدیریت دانش، بر رشد و توسعه محورهای مختلف گردشگری ورزشی یعنی محورهای اقتصادی، مدیریتی، سیاست و زیرساخت مؤثرند. در این پژوهش همچنین یافته‌ها از تأثیر مدیریت دانش و ابعاد آن به‌عنوان ابزاری مطمئن برای رشد و توسعه گردشگری ورزشی به‌عنوان زیرمجموعه‌ای از توسعه ورزش در استان کرمان حکایت دارد که همسویی نتایج پژوهش حاضر را با پژوهش اریلی و همکاران (۲۰۰۷) نشان می‌دهد، چراکه نتایج پژوهش آنها نشان داد که سازمان‌های ورزشی مسئول رشد و توسعه ورزش در کشور خویش هستند. همچنین این سازمان‌ها اهداف سودآوری دارند، بنابراین هرگونه ابزار و ساختاری که موجب تسهیل کارامدی در ایجاد و نشر دانش برای بقا و رشد در این سازمان‌ها می‌شود، اهمیت بسیاری دارد و قادر است عملکرد آنها را در جهت رشد و توسعه متحول سازد (۱۹). با یک جست‌وجوی ساده در اینترنت بیش از یکصد میلیون نتیجه برای عبارت گردشگری ورزشی یافت می‌شود و این امر حکایت از مهم بودن و مورد توجه بودن گردشگری ورزشی دارد، چراکه

امروزه قریب به اتفاق به سنگین بودن کفه ترازوی مزایای گردشگری ورزشی نسبت به معایب آن اذعان دارند و این امر در کشورهای پیشرو در گردشگری ورزشی به اثبات نیز رسیده است، یعنی جایی برای آزمون و خطا در زمینه گردشگری ورزشی برای هیچ کشور و فردی وجود ندارد (۲۰). گردشگری ورزشی منبع سرشاری از سود و درآمد است و هر کشوری که بتواند شرایط استفاده از این منبع را فراهم کند از مواهب و مزایای آن بهره‌مند خواهد شد، از این رو ضروری به نظر می‌رسد مدیران و متولیان گردشگری استان کرمان از ظرفیت‌ها و توانمندی‌های موجود استفاده کنند که تحقق این امر نیازمند شناسایی جنبه‌های مختلف صنعت گردشگری از جمله بررسی تأثیر ابعاد مدیریت دانش بر توسعه گردشگری ورزشی است (۲۱). با توجه به آنچه در بالا ذکر شد و همسویی و همخوانی نتایج پژوهش حاضر را با نتایج سایر پژوهش‌ها در این حوزه نشان داده شد، امیدواریم این پژوهش که تأثیر ابعاد مدیریت دانش را بر توسعه گردشگری ورزشی استان کرمان را تأیید کرد و به اثبات رساند، بتواند علاوه بر کمک کردن به تکمیل تر شدن پازل عظیم و پیچیده گردشگری ورزشی، به عنوان یک فانوس در دریای پهناور گردشگری ورزشی، راهنما و کمک‌کننده پژوهشگران در ادامه پژوهش‌ها در این حوزه قرار گیرد. همچنین چراغ راهی باشد که یکی دیگر از مسیرهای پیش روی توسعه گردشگری ورزشی را به مسئولان و متولیان و کارشناسان گردشگری ورزشی نشان دهد تا ان شاء الله شاهد پیشرفت و توسعه گردشگری ورزشی و همچنین رسیدن به جایگاه واقعی در گردشگری ورزشی باشیم. همچنین امیدواریم که مدیران و مسئولان مرتبط با گردشگری ورزشی در استان کرمان با اعتماد به نتایج این پژوهش، از روش‌های مختلف و مطمئن به فراگیری و به کارگیری فرایندها و ابعاد مدیریت دانش در فعالیت‌های مرتبط با گردشگری ورزشی بپردازند، به عبارت دیگر، باید به کارگیری و یادگیری روش‌های مختلف مدیریت دانش در دستور کار مدیران و مسئولان گردشگری ورزشی قرار گیرد تا از طریق مدیریت کردن دانش مربوط به گردشگری ورزشی و نهادینه کردن آن در سازمان‌ها و نهادها و آژانس‌ها و سایر متولیان گردشگری ورزشی، علاوه بر توسعه گردشگری ورزشی، به فواید ذکر شده گردشگری ورزشی نیز نائل شویم.

**منابع و مأخذ**

1. Kim W, Jun HM, Walker M, Drane D. "Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation". *Tourism management*. 2015 Jun 1;48:21-32.
2. Swart K, Tichaawa TM, Othy JD, Daniels T. "Stakeholder Perspectives of Sport Tourism Development in Gabon-A Case Study of the Africa Cup of Nations". *EuroEconomica*. 2018 Aug 28;37(2).
3. Andrades L, Dimanche F. "Destination competitiveness and tourism development in Russia: Issues and challenges". *Tourism management*. 2017 Oct 1;62:360-76.
4. Akhoondi L, Danehkar A, Arjmandi R, Fami HS. "Site selection appropriate zones for sport tourism in mountain areas a case study: Karaj-Chalous road". *Journal of Natural Environment*. 2015;68(3).
5. Wickramasinghe N, Mills GL. MARS: "The electronic medical record system: The core of the Kaiser galaxy". *International Journal of Healthcare Technology and Management*. 2001 Jan 1;3(5-6):406-23.
6. Safari A, Shoorj F, Salehzade R. "Investigating the Relationship Between Knowledge Management, Entrepreneurship and Performance in the Organization of Heritage, Arts, and Tourism". *Tourism Management Studies*. 2015; 9(28): 95-113. (in Persian).
7. Ming Pi S, Liao HL, Liu SH, Peng SY. "Using Knowledge Management Systems to Enhance Cooperative Learning". In *Advanced materials research 2011* (Vol. 187, pp. 416-421). Trans Tech Publications.
8. Naghavi S.A, Mir ghafoori S.H, Morovati S.A. "Identifying and prioritizing key success factors in implementing knowledge management in sports organizations". *Sport Management Studies*, 2016; 8(36): 93-112. Doi: 10.22089/smrj.2016.783(in Persian).
9. Halbwirth S, Toohey K. "The Olympic Games and knowledge management: A case study of the Sydney organising committee of the Olympic Games". *European Sport Management Quarterly*. 2001 Jun 1;1(2):91-111.
10. Jaber, A. Salimi, M. & Khazaeipool, J. "Effect of intrinsic and extrinsic motivation on employee knowledge sharing in sport organizations (case study physical education employees Isfahan Province)". *Journal of Sport Management*, 2014;5(16);55-75.
11. Dimitrios B, Ioannis R, Efstathios V, Christos A, Dimitrios T, Labros S. "Successful and Efficient Knowledge Management in the Greek Hospitality Industry: Change the Perspective!". *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*. 2018 Mar 1;7(1):185-91.
12. Rudež H. "Knowledge management in the hotel industry before and after the entry in the EU: the case of Slovenia". *Organizacija*. 2010 Jul 1;43(4):197-201.
13. Raeisi M, Hosseini E, Talebpoor M, Nazari v. "The fitting of regression equation of knowledge management and organizational effectiveness in selected sport organizations of the country". 2013; 5(4): 47-65. Doi: 10.22059/jsm.2014.36219 (in Persian).
14. Ragerdi R. "The Impact of Knowledge Management on attracting foreign tourists to the city of Kashan". Master's Thesis. *The Role of Commercial Management, International Trend in*

- 
- Naragh Islamic Azad University, Faculty of Management, Department of Business Administration. 2018. ^^ (in Persian).
15. Dalir, R. "Effect of Knowledge Management for Development in Health Tourism". Master's thesis, Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Faculty of Management, Industrial Management Group. 2011:170 (in Persian).
  16. Zheng W, Yang B, McLean GN. "Linking organizational culture, structure, strategy, and organizational effectiveness: Mediating role of knowledge management". *Journal of Business research*. 2010 Jul 1;63(7):763-71.
  17. Khajepoor A, Doosti M. "Investigating the strategies of sport tourism development using the Lindgreen model (Ramsar Green Roof)". 2017; 6(20): 115-130. doi: 10.22080/jtpd. 2017.1490. (in Persian).
  18. Shaw G, Williams A. "Knowledge transfer and management in tourism organisations: An emerging research agenda". *Tourism management*. 2009 Jun 1;30(3):325-35.
  19. O'Reilly NJ, Knight P. "Knowledge management best practices in national sport organisations". *International Journal of sport management and marketing*. 2007 Jan 1;2(3):264-80.
  20. Kodabakhshzade A, Ghahramantabrizi K, Sharifiyan E. "Designing a Model for Evaluating Indicators of Sport Tourism Development in Iran". *Journal of Applied Research in Sports Management*. ARSM-1910-3069 (R1). 2020; (in Persian).
  21. Kodabakhshzade A. "The effect of knowledge management dimensions on the development of sports tourism in Kerman province". PhD thesis Kerman Islamic Azad University. Faculty of Literature and Humanities. 2020: 11 (in Persian).