

شناسایی عوامل مؤثر بر رویش شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه ورزش

المیرا گوزلزاده^۱ - امیر دانا*^۲ - مصطفی افشاری^۳

۱. دانشجوی دکتری، گروه تربیت بدنی، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران ۲. استادیار، گروه

تربیت بدنی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران ۳. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، پژوهشکده مدیریت

ورزشی، پژوهشگاه تربیت بدنی علوم ورزشی، تهران، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱۰/۲۸، تاریخ تصویب: ۱۳۹۷/۰۴/۲۴)

چکیده

تحقیق حاضر با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر رویش شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه ورزش طراحی و اجرا شد. روش تحقیق حاضر از نوع پیمایشی بود که به صورت میدانی اجرا شد. جامعه آماری تحقیق شامل تمامی مدیران و کارشناسان شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه ورزش در شهر تهران است که براساس اطلاعات کسب‌شده از پارک علم و فناوری شهر تهران تعداد آنان شامل ۴۳ نفر است که براساس انتخاب کل‌شمار، تمامی آنان به عنوان نمونه تحقیق مشخص شدند. ابزار تحقیق حاضر، پرسشنامه استفاده‌شده از الگوی سومسوک و لائوسیریهونگوسونگ (۲۰۱۳) بود که پس از انجام روش دلفی، سؤالات و عوامل آن مطابق با وضعیت ورزش کشور ایران تعدیل یافت. در تحقیق حاضر به منظور بررسی وضعیت هریک از مؤلفه‌های تحقیق از روش آماری تی تک‌نمونه‌ای و برای رتبه‌بندی این مؤلفه‌ها از روش آماری AHP استفاده شد. تمامی روند تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق در نرم‌افزارهای spss و Super Decisions انجام گرفت. نتایج نشان داد که در بین عوامل شناسایی‌شده، عوامل سازمانی و بازاریابی با برخورداری از سطح بالاتر از میانگین، در شرایط مطلوبی قرار دارند، اما عوامل اقتصادی، تکنولوژی و انسانی به علت پایین‌تر بودن میانگین آنان از سطح معیار ۳، در شرایط نامناسبی در شرکت‌های دانش‌بنیان قرار داشتند. نتایج رتبه‌بندی نشان داد که عوامل اقتصادی با ضریب نزدیکی ۰/۶۵۲ مهم‌ترین عامل در بهبود کارکردهای شرکت‌های دانش‌بنیان در ورزش است. نتایج همچنین مشخص کرد که عوامل تکنولوژی با ضریب نزدیکی ۰/۱۵۸ کم‌اهمیت‌ترین عامل در بهبود کارکردهای شرکت‌های دانش‌بنیان در ورزش است.

واژه‌های کلیدی

دانش‌بنیان، رویش، عوامل اقتصادی، ورزش.

مقدمه

اقتصاد جهانی دورنمای رقابتی جدیدی را به وجود آورده است که در آن رویدادها به طور مداوم و پیش‌بینی نشده تغییر می‌کند. تغییرات شتابان در محیط بیرونی سبب افزایش نیاز به نگرستن به استراتژی و رهبری به‌عنوان دو روی یک سکه شده است (۱). الزامات محیطی، نیاز به رهبری استراتژیک را، به‌منظور تفسیر محیط، خلق استراتژی و ایجاد سازمانی که بتواند در چنین بافتی دوام بیاورد، القا می‌کند (۲). در دو دهه آخر قرن بیستم نظریه‌پردازان اقتصادی مانند پل رومر، مچلاپ و دراکر عصر جدید اقتصادی را پیش‌بینی کردند که در آن دانش منبع اصلی ثروت به‌شمار می‌آید. به این ترتیب، دانش به‌عنوان یک منبع دائمی همواره در اختیار بنگاه‌های اقتصادی قرار می‌گیرد و با مشارکت مکرر در فرایندهای گوناگون تولیدی و خدماتی، سبب افزایش مزیت رقابتی و ایجاد ارزش افزوده می‌شود؛ که این امر می‌تواند سبب گسترش رفاه اجتماعی و عامل کاهش فقر و بی‌عدالتی و موجب ارتقای روند توسعه پایدار شود (۳). از این رو می‌توان گفت که نقش دانش و آموزش در تحقق اهداف توسعه بسیار بارز بوده و ارتباط آن با توسعه پایدار اجتناب‌ناپذیر است (۴). در عصر مورد تأکید حاضر، اصطلاح اقتصاد دانش‌بنیان یا اقتصاد دانشی که توسط سازمان همکاری اقتصادی و توسعه خاص در استراتژی توسعه ملل قرار گرفته، گویای تأکید بر نقش دانش و فناوری در جریان توسعه اقتصاد است؛ از این رو می‌توان گفت در اقتصاد دانش‌بنیان به دانش از نظر کیفی و کمی بااهمیت‌تر از گذشته نگرسته شده است (۵). امروزه فعالیت‌های اقتصادی جهان را ترکیبی از سازمان‌های بزرگ، متوسط و کوچک انجام می‌دهند. همه این سازمان‌ها در محیطی متلاطم و بازاری به‌شدت رقابتی در پی پیروزی در برابر رقبا و ارضای نیازهای مشتریان خود هستند (۶). در حال حاضر فضای کسب‌وکار سازمان‌ها و شرکت‌ها به‌شدت

تحت تأثیر اقتصاد دانش‌بنیان قرار دارد، به‌طوری‌که ظهور شرکت‌هایی با عنوان شرکت‌های دانش‌بنیان به امری عادی تبدیل شده است (۷). شرکت‌های دانش‌بنیان با محوریت تولید دانش و با تکیه بر نوآوری فناورانه و تجاری‌سازی شکل می‌گیرد و تولید ثروت و کارآفرینی هدف اصلی این شرکت‌هاست (۸). بی‌تردید با توجه به تفاوت شرکت‌های دانش‌بنیان با دیگر انواع شرکت‌ها و سازمان‌ها، مشکلات و نارسایی‌های سازمانی خاصی در جهت توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان وجود دارد (۹).

در سال‌های اخیر شرکت‌های کوچک و متوسط به‌عنوان مولد کارآفرینی و توسعه اقتصادی در کشورهای توسعه‌یافته هستند. امروزه با رشد و توسعه تحقیقات آکادمیک در حوزه فناوری‌های نوین رویکرد جدید در امر انتقال تکنولوژی از بخش آکادمیک به بخش صنعتی به‌وجود آمده است (۱۰). در این زمینه شرکت‌هایی با عنوان شرکت‌های انشعابی یا زایشی از دانشگاه‌ها و مؤسسات آکادمیک شکل گرفته‌اند. از آنجا که بدون گسترش حمایت‌های هدفمند مادی و معنوی از نخبگان و نوآوران علمی و فناوری دانشجویان توانمند کشور از طریق کمک برای ایجاد محصول و خدمت از دستاوردهای پژوهشی آنها میسر نیست و با توجه به اهمیت توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در توسعه اقتصادی و اشتغال‌زایی کشور شناسایی و اولویت‌بندی عوامل توانمندساز در جهت بهبود مدیریت استراتژیک شرکت‌های دانش‌بنیان مهم و ضروری است (۱۱).

نقش شرکت‌های دانش‌بنیان در تحقق اقتصاد مورد توجه قرار گرفت. امروزه با پیشرفت علوم بشری، کاربرد دانش در زندگی انسان در تمام عرصه‌های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی افزایش یافته و اقتصاد مبتنی بر علم و دانش و ضرورت توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در عرصه‌های اقتصادی اهمیت زیادی یافته است (۱۲). در حال حاضر رویکرد جهانی کشورها به سمت اقتصاد دانش‌بنیان

ایجاد اشتغال در میان دانش‌آموختگان ورزش، توسعه فعالیت‌های اقتصادی، تجاری و صنعتی در ورزش لازم و ضروری است. استفاده از پتانسیل‌های شرکت‌های دانش‌بنیان در این حوزه، می‌تواند دستیابی به اهداف عالی در این حوزه را تسریع کند. این در حالی است که در جهت رویش شرکت‌های دانش‌بنیان در ورزش، تحقیقاتی انجام نگرفته و راهکارهای توانمندسازی بهبود شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه ورزش دارای ابهامات اساسی است. با توجه به شرایط متفاوت کشور ما، می‌بایستی ضمن بررسی‌ها و تحلیل عوامل مؤثر بر رویش شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه ورزش به گسترش فعالیت‌ها و عملکرد شرکت‌ها دانش‌بنیان اقدام کرد. خلأ تحقیقاتی در این حوزه سبب شده است تا به‌منظور رویش شرکت‌های دانش‌بنیان، ابهامات اساسی وجود داشته باشد. با این توجه تحقیق حاضر با هدف اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر رویش شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه ورزش، سعی در پاسخ‌دهی به این پرسش دارد که اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر رویش شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه ورزش به چه صورت است؟

روش تحقیق

روش تحقیق حاضر از نوع پیمایشی بود که به‌صورت میدانی اجرا شد. تحقیق حاضر از جمله تحقیقات کاربردی است که می‌تواند مورد استفاده شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه ورزش قرار گیرد. جامعه آماری تحقیق شامل تمامی مدیران و کارشناسان شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه ورزش در شهر تهران است که براساس اطلاعات کسب‌شده از پارک علم و فناوری شهر تهران تعداد آنان شامل ۴۳ نفر است که براساس انتخاب کل‌شمار، تمامی آنان به‌عنوان نمونه تحقیق مشخص شدند و در نهایت پس از پخش و جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، ۳۵ پرسشنامه تحلیل شد. ابزار

به‌وضوح قابل مشاهده است. رویکرد اقتصاد دانش‌بنیان می‌تواند موجب استفاده حداکثری از ظرفیت‌های موجود در مراکز علمی مانند دانشگاه‌ها، مراکز پژوهشی و همچنین دانش‌پژوهان و دانش‌آموختگان در حوزه تجاری‌سازی دستاوردهای علمی و ارائه آنها در عرصه حرفه‌ای شود. شرکت دانش‌بنیان به‌منظور هم‌افزایی علم و ثروت، توسعه اقتصاد دانش‌محور، تحقق اهداف علمی و اقتصادی (شامل گسترش و کاربرد اختراع و نوآوری) و تجاری‌سازی نتایج تحقیق و توسعه (شامل طراحی و تولید کالا و خدمات) با ارزش افزوده فراوان ایجاد می‌شوند (۱۳).

با توجه به فضای حیاتی ورزش کشور که نیاز توسعه و گسترش اشتغال در سطح عالی است، توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان می‌تواند به‌عنوان مسئله‌ای مهم و اساسی مورد توجه قرار گیرد. این در حالی است که شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه ورزش به‌خوبی نتوانسته‌اند نیازهای شغلی و تجاری در حوزه ورزش را پاسخ دهند. عدم توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه ورزش می‌تواند به دلایل مختلفی از جمله نبود برنامه‌ریزی مناسب در این حوزه باشد. این در حالی است که آرمان و شفیع (۱) در سال ۱۳۹۶ در تحقیق خود پی بردند که ناآشنایی افراد در خصوص برنامه‌ریزی و نبود نگاه تحلیلی به حوزه شرکت‌های دانش‌بنیان از علل شکست این شرکت‌هاست.

گروس^۱ و همکاران (۱۴) (۲۰۱۰) در تحقیق خود اشاره داشتند، که انجام تحقیقات در خصوص راهکارهای توسعه شرکت‌های کارآفرینی در حوزه ورزش ضروری و مهم است. حوزه ورزش پتانسیل‌های ویژه‌ای در جهت گسترش و بهبود فعالیت‌های صنعتی و تجاری دارد. از طریق برنامه‌ریزی‌های مناسب، می‌تواند پتانسیل‌های این حوزه را به عمل تبدیل کرد و سعی در گسترش فعالیت‌های تجاری و اقتصادی در ورزش داشت. با توجه به اهمیت توسعه مسائل مربوط به

پرسشنامه به رؤیت نمونه‌های تحقیق آورده شد. در نهایت پس از دو مرحله انجام روش دلفی، ابزار تحقیق مورد تأیید تمامی نمونه‌های مورد استفاده در تحقیق حاضر قرار گرفت. سوسموک و لائوسیریهونگسونگ (۲۰۱۳) در تحقیق خود اشاره داشتند چهار عامل شامل عوامل مربوط به منابع انسانی، عوامل مربوط به تکنولوژی، عوامل مربوط به منابع مالی و عوامل مربوط به منابع سازمانی، منابع مهم در بهبود مدیریت استراتژیک در شرکت‌های دانش‌بنیان معطوف به دانشگاه هستند. با استفاده از روش دلفی، این منابع و ریزمنابع هریک از آنها در حوزه ورزش و در ایران بررسی شد و در نهایت با اضافه شدن عوامل بازاریابی به عوامل شناسایی شده در تحقیق سوسموک و لائوسیریهونگسونگ (۲۰۱۳)، تعداد ۵ عامل کلی به‌عنوان عوامل مؤثر بر رویش شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه ورزش مشخص شدند. جدول ۱ عوامل و ریزعوامل مؤثر بر رویش شرکت‌های دانش‌بنیان در ورزش را به نمایش گذاشته است.

تحقیق حاضر، پرسشنامه استفاده‌شده از الگوی سوسموک و لائوسیریهونگسونگ^۱ (۱۵) است که در سال ۲۰۱۳ طراحی شده است و پس از انجام روش دلفی، سؤالات و عوامل آن مطابق با وضعیت ورزش کشور ایران تعدیل یافت. بدین‌منظور ابتدا محقق پس از بررسی مبانی نظری و استفاده از ابزار تحقیق سوسموک و لائوسیریهونگسونگ (۲۰۱۳)، عوامل مؤثر بر رویش شرکت‌های دانش‌بنیان در ورزش شناسایی شد. سپس پرسشنامه اولیه که حاوی عوامل مؤثر بر رویش شرکت‌های دانش‌بنیان در ورزش بود، به رؤیت نمونه‌های استفاده‌شده در روش دلفی قرار گرفت. شایان ذکر است که افراد استفاده‌شده در روش دلفی شامل ۱۴ نفر از نمونه‌های تحقیق بودند که با محققان در جهت طراحی ابزار تحقیق اعلام همکاری داشتند. پس از بررسی نظرهای افراد حاضر در روش دلفی و اعمال نظرهای آنان در خصوص عوامل شناسایی‌شده، برخی عوامل در این قسمت حذف و برخی عوامل اضافه شد. در نهایت پس از اعمال نظرهای آنان از سوی محققان، برای مرحله دوم

جدول ۱. عوامل و ریزعوامل مؤثر بر رویش شرکت‌های دانش‌بنیان در ورزش

ردیف	عوامل
۱	عوامل سازمانی - وجود ساختار دقیق سازمانی - وجود رویه‌ها و دستورالعمل‌های استاندارد - مناسب بودن محیط و فضای کار در شرکت - مشارکتی بودن تصمیمات شرکت
۲	عوامل اقتصادی - استفاده از تسهیلات مالی مناسب با توان شرکت - استفاده از حامیان مالی در فعالیتهای شرکت - توان بالا نقدینگی شرکت
۳	عوامل تکنولوژی - وجود سخت‌افزار و نرم‌افزارهای کاربردی در شرکت - استفاده از ابزار به‌روز و جدید در برنامه‌های شرکت
۴	عوامل انسانی - وجود نیروی انسانی خیره و خلاق - برگزاری مداوم کلاس‌ها و کارگاه‌های آموزشی - وجود تخصص‌های متنوع در حوزه‌های مختلف در شرکت - اعمال حقوق و دستمزد مناسب برای نیروهای انسانی شرکت
۵	عوامل بازاریابی - استفاده از تبلیغات مناسب - شناسایی مناسب فرصت‌های بازار - تحلیل نیازهای افراد جامعه در حوزه ورزش - ایجاد ارتباطات مناسب با سازمان‌ها و شرکت‌های دولتی و خصوصی

حاضر در نرم‌افزارهای spss و Super Decisions انجام گرفت.

یافته‌های تحقیق

یافته‌های توصیفی در خصوص میزان رضایت نمونه‌های تحقیق از عملکرد فعلی شرکت‌های دانش‌بنیان نشان می‌دهد که ۸۶/۹ درصد افراد از وضعیت عملکردی شرکت خود ناراضی بودند. ۱۳/۱ درصد نیز از میزان عملکرد خود رضایت مناسب داشتند. در این تحقیق پس از بررسی‌های انجام‌گرفته تعداد ۵ عامل کلی در حوزه بهبود مدیریت استراتژیک شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه ورزش شناسایی شد. به‌منظور بررسی وضعیت هر یک از این شاخص‌ها از آزمون تی تک‌نمونه‌ای استفاده شد. جدول ۲، نتایج این آزمون را نشان می‌دهد.

جدول ۲. نتایج آزمون تی تک‌نمونه‌ای در مورد وضعیت شاخص‌های مدیریت زنجیره تأمین سبز و لجستیک معکوس در شرکت تولیدی ورزشی ستارگان

عوامل	سطح معیار	میانگین	انحراف استاندارد	t	سطح معناداری
عوامل سازمانی	۳	۳/۵۶	۰/۴۹۳	۶/۶۸۹	۰/۰۰۱
عوامل اقتصادی	۳	۱/۸۵	۰/۵۶۳	-۱۱/۸۶۵	۰/۰۰۱
عوامل تکنولوژی	۳	۲/۰۰	۰/۵۵۰	-۱۰/۵۹۲	۰/۰۰۱
عوامل انسانی	۳	۲/۷۳	۰/۴۶۸	-۳/۲۹۵	۰/۰۰۲
عوامل بازاریابی	۳	۳/۶۳	۰/۴۰۷	۹/۰۹۰	۰/۰۰۱

پرسشنامه تحقیق حاضر دارای ۱۷ سؤال است که وضعیت عوامل سازمانی (سؤالات ۱ تا ۴)، عوامل اقتصادی (سؤالات ۵-۷)، عوامل تکنولوژی (سؤالات ۸ و ۹)، عوامل انسانی (سؤالات ۱۰ تا ۱۳) و عوامل بازاریابی (سؤالات ۱۴ تا ۱۷) را می‌سنجد. این سؤالات براساس طیف ۵ ارزشی لیکرت طراحی شده بود. روایی این پرسشنامه با استفاده از نظر استادان بررسی شد و پایایی آن نیز با استفاده از روش محاسبه آلفای کرونباخ تأیید شد ($\alpha=0/80$). همچنین در قسمت اولویت‌بندی این شاخص‌ها از مقایسه دو به دو این شاخص‌ها در جهت رتبه‌بندی با استفاده از روش AHP استفاده شد. در تحقیق حاضر به‌منظور بررسی وضعیت هر یک از مؤلفه‌های تحقیق از روش آماری تی تک‌نمونه‌ای و به‌منظور رتبه‌بندی این مؤلفه‌ها از روش آماری AHP استفاده شد. تمامی روند تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق

هریک از این عوامل، از روش AHP استفاده شد. جدول ۳، نتایج این اولویت‌بندی را نشان می‌دهد. میزان نرخ ناسازگاری رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر کارکردهای شرکت‌های دانش‌بنیان در ورزش در تحقیق حاضر ۰/۰۱۷ است. با توجه به اینکه میزان این نرخ در تحقیق حاضر کمتر از ۰/۱ است، بیانگر مناسب بودن نرخ ناسازگاری در رتبه‌بندی عوامل مذکور است.

با توجه به اینکه سؤالات سنجش وضعیت عوامل مؤثر بر بهبود کارکردهای شرکت‌های دانش‌بنیان به‌صورت ۵ ارزشی است، از این رو سطح معیار در این سؤالات، عدد متوسط ۳ مشخص شد. نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد که در بین عوامل شناسایی‌شده، عوامل سازمانی و بازاریابی با برخورداری از سطح بالاتر از میانگین، در شرایط مطلوبی قرار دارند، اما عوامل اقتصادی، تکنولوژی و انسانی به‌علت پایین‌تر بودن میانگین آنان از سطح معیار ۳، در شرایط نامناسبی در شرکت‌های دانش‌بنیان قرار داشتند. به‌منظور اولویت‌بندی عوامل مذکور به‌منظور پی بردن به اهمیت

جدول ۳. رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر بهبود کارکردهای شرکت‌های دانش‌بنیان در ورزش

رتبه‌بندی	ضریب نزدیکی	عوامل	ردیف
اول	۰/۶۵۲	عوامل اقتصادی	۱
دوم	۰/۴۲۱	عوامل انسانی	۲
سوم	۰/۳۰۸	عوامل بازاریابی	۳
چهارم	۰/۳۰۱	عوامل سازمانی	۴
پنجم	۰/۱۵۸	عوامل تکنولوژی	۵

شرکت‌های دانش‌بنیان در ورزش است. جدول ۴ همچنین نتایج مربوط به رتبه‌بندی ریزعوامل مؤثر بر رویش شرکت‌های دانش‌بنیان در ورزش را به نمایش گذاشته است. میزان نرخ ناسازگاری رتبه‌بندی ریز عوامل مؤثر بر کارکردهای شرکت‌های دانش‌بنیان در ورزش در تحقیق حاضر میزان ۰/۰۶۲ است. با توجه به اینکه میزان این نرخ در تحقیق حاضر کمتر از ۰/۱ است، بیانگر مناسب بودن نرخ ناسازگاری در رتبه‌بندی ریزعوامل مذکور است.

نتایج رتبه‌بندی نشان داد که عوامل اقتصادی با ضریب نزدیکی ۰/۶۵۲ مهم‌ترین عامل در بهبود کارکردهای شرکت‌های دانش‌بنیان در ورزش است. نتایج همچنین نشان داد که عوامل انسانی با ضریب نزدیکی ۰/۴۲۱، عوامل بازاریابی با ضریب نزدیکی ۰/۳۰۸ و عوامل سازمانی با ضریب نزدیکی ۰/۳۰۱ سایر رتبه‌بندی را مشخص کردند. نتایج همچنین مشخص کرد که عوامل تکنولوژی با ضریب نزدیکی ۰/۱۵۸ کم‌اهمیت‌ترین عامل در بهبود کارکردهای

جدول ۴. رتبه‌بندی ریز عوامل مؤثر بر رویش شرکت‌های دانش‌بنیان در ورزش

رتبه‌بندی	ضریب نزدیکی	ریز عوامل	ردیف
اول	۰/۷۲۱	استفاده از تسهیلات مالی مناسب با توان شرکت	۱
دوم	۰/۶۰۹	وجود تخصص‌های متنوع در حوزه‌های مختلف در شرکت	۲
سوم	۰/۶۰۱	توان بالا نقدینگی شرکت	۳
چهارم	۰/۵۹۳	برگزاری مداوم کلاس‌ها و کارگاه‌های آموزشی	۴
پنجم	۰/۵۷۰	ایجاد ارتباطات مناسب با سازمان‌ها و شرکت‌های دولتی و خصوصی	۵
ششم	۰/۵۳۲	وجود نیروی انسانی خیره و خلاق	۶
هفتم	۰/۵۱۲	وجود ساختار دقیق سازمانی	۷
هشتم	۰/۴۸۵	استفاده از تبلیغات مناسب	۸
نهم	۰/۴۸۰	مشارکتی بودن تصمیمات شرکت	۹
دهم	۰/۴۷۲	استفاده از حامیان مالی در فعالیتهای شرکت	۱۰
یازدهم	۰/۴۳۵	وجود سخت‌افزار و نرم‌افزارهای کاربردی در شرکت	۱۱
دوازدهم	۰/۳۲۹	وجود رویه‌ها و دستورالعمل‌های استاندارد	۱۲
سیزدهم	۰/۲۸۷	شناسایی مناسب فرصت‌های بازار	۱۳
چهاردهم	۰/۲۰۵	تحلیل نیازهای افراد جامعه در حوزه ورزش	۱۴
پانزدهم	۰/۱۶۹	اعمال حقوق و دستمزد مناسب برای نیروهای انسانی شرکت	۱۵
شانزدهم	۰/۱۰۱	مناسب بودن محیط و فضای کار در شرکت	۱۶
هفدهم	۰/۰۸۷	استفاده از ابزار به‌روز و جدید در برنامه‌های شرکت	۱۷

دانش‌بنیان در ورزش است. نتایج همچنین نشان داد که استفاده از ابزار به‌روز و جدید در برنامه‌های شرکت با ضریب نزدیکی ۰/۰۸۷ کم‌اهمیت‌ترین ریزعامل در رویش

نتایج رتبه‌بندی ریزعوامل نشان داد که استفاده از تسهیلات مالی مناسب با توان شرکت با ضریب نزدیکی ۰/۷۲۱ مهم‌ترین ریزعامل در جهت رویش شرکت‌های

شرکت‌های دانش‌بنیان در ورزش است.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج تحقیق حاضر نشان داد که بیشتر شرکت‌های دانش‌بنیان در شرایط مناسبی قرار ندارند. با توجه به نتایج تحقیق حاضر، وضعیت برخی عوامل از جمله عوامل سازمانی و بازاریابی در رویش شرکت‌های دانش‌بنیان در ورزش در شرایط مناسبی قرار دارد. اما برخی عوامل از جمله عوامل انسانی، اقتصادی و تکنولوژی در شرایط نامساعدی قرار دارند. این در حالی بود که تحقیق حاضر به خوبی مشخص کرد که عوامل اقتصادی، انسانی و بازاریابی از جمله مسائل مهم در رویش شرکت‌های دانش‌بنیان در ورزش است. به نظر می‌رسد با توجه به مناسب بودن، وضعیت بازاریابی شرکت‌های دانش‌بنیان، اما این شرکت‌ها به صورت مناسب نتوانسته‌اند در حوزه عملکردی مناسب عمل کنند. این مسئله را می‌توان در نامناسب بودن برخی شرایط از جمله شرایط انسانی و اقتصادی شرکت‌های دانش‌بنیان، دنبال کرد.

کاپلان^۱ (۱۶) (۲۰۱۷) در تحقیق خود دریافت که منابع انسانی سازمان‌ها نقش مؤثری در اجرای مناسب تمامی برنامه‌ها دارند. وی اشاره داشت که به منظور بهره‌گیری از پتانسیل‌های بازاریابی، باید نیروی انسانی به خوبی در وضعیت مناسبی قرار داشته باشد. هانسن^۲ و همکاران (۱۷) (۲۰۱۷) در تحقیق خود اشاره داشتند که وجود مشکلات اقتصادی در شرکت‌ها سبب می‌شود تا تمامی برنامه‌های این شرکت‌ها در صورت اجرا نیز، به موفقیت منجر نشود. از این رو می‌توان گفت که نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات کاپلان (۲۰۱۷) و هانسن و همکاران (۲۰۱۷) همخوان است. اگرچه شرایط بازاریابی شرکت‌های دانش‌بنیان در ورزش مناسب است، وجود

مشکلات اقتصادی و انسانی سبب شده است تا فعالیت‌های بازاریابی و سازمانی در شرکت‌های دانش‌بنیان با توفیق مواجه نباشد. وجود مشکلات اقتصادی و انسانی در هر سازمانی سبب می‌شود تا برنامه‌های متصور شده در سازمان با کیفیت مناسبی اجرایی نشود و این مسئله سبب هدر رفتن تلاش‌ها خواهد شد. شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه ورزش به منظور رویش و گسترش خود نیاز به فعالیت‌های بازاریابی در جهت ایجاد ارتباطات بین‌سازمانی و بین‌فردی در جهت شناسایی نیازها و فرصت‌های بازار دارند. در صورت نامناسب بودن شرایط انسانی و اقتصادی این شرکت‌ها، به طور حتم می‌توان پیش‌بینی کرد که فعالیت‌ها در حوزه‌های بازاریابی با کیفیت مناسبی همراه نخواهد بود و به شکست منجر خواهد شد.

در تحقیق حاضر به خوبی مشخص شد که عوامل اقتصادی مهم‌ترین عامل در رویش شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه ورزش است. استفاده از تسهیلات مالی مناسب نیز مهم‌ترین ریزعامل در رویش شرکت‌های دانش‌بنیان در ورزش است. از این رو می‌توان گفت که حمایت‌های اقتصادی از شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه ورزش می‌تواند بر رشد و بهبود این شرکت‌ها تأثیر مناسبی داشته باشد. با توجه به شرایط ابهام‌زای اقتصادی حال حاضر کشور، نیاز به ایجاد حمایت‌های مالی مناسب از سوی دولت در رشد و شکوفایی شرکت‌های دانش‌بنیان می‌تواند به عنوان عامل ثابت‌دهنده مناسب سبب افزایش انگیزش شرکت‌های دانش‌بنیان در جهت ادامه فعالیت باشد. سومسوک و لائوسیریپهونگسونگ (۱۵) (۲۰۱۳) در تحقیقی اشاره کردند که دولت با حمایت مالی از شرکت‌های دانش‌بنیان دانشگاهی، می‌تواند به عنوان یک پشتوانه قوی، سبب شود تا شرکت‌های دانش‌بنیان به خوبی در عرصه بازار فعالیت کنند. حمایت‌های مالی از شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه ورزش سبب می‌شود تا

دانش‌بنیان در ورزش سبب می‌شود تا بسیاری از مشکلات از جمله مشکلات مربوط به اشتغال در ورزش رفع شود. از این‌رو نتایج تحقیق حاضر به‌خوبی مشخص کرد که به‌منظور رویش این شرکت‌ها، دولت با اعمال حمایت‌های اقتصادی نقش مهم و اساسی می‌تواند داشته باشد. از طرفی خود این شرکت‌ها نیز با بهبود وضعیت منابع انسانی خود می‌توانند در گسترش فعالیت‌ها و برنامه‌های خود نقش مناسب و مؤثری داشته باشند.

فعالیت‌های انجام‌گرفته در این شرکت‌ها با کیفیت مناسب‌تری انجام گیرد. به‌طور حتم نبود مشکلات اقتصادی در شرکت‌های دانش‌بنیان در ورزش سبب می‌شود تا فعالیت‌های مربوط به مسائل سازمانی، بازاریابی، انسانی و تکنولوژی با قدرت بیشتری ادامه یابد.

شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه ورزش توان و پتانسیل مناسبی در جهت گسترش و توسعه برنامه‌های خود دارند. اما در این بین در جهت رویش آنان به پیاده‌سازی برخی حمایت‌ها از سوی دولت نیاز دارند. رویش شرکت‌های

منابع و مآخذ

1. Arman M, Shafiei M. Competitive Capabilities in Knowledge Based Companies A model for explaining the role of strategic agility and strategic learning. *management improvement studies*. 2017; 25 (83): 25-50.
2. Arvand N, Baroto, M. How to implement strategy more effectively. *International Journal of Business Performance Management*1. 2016; 7(3): 301-320.
3. Boh W, De-Haan U, Strom R. University technology transfer through entrepreneurship: faculty and students in spinoffs. *The Journal of Technology Transfer*. 2016; 41(4): 661-669.
4. Linton J, Solomon G. Technology, Innovation, Entrepreneurship and The Small Business— Technology and Innovation in Small Business. *Journal of Small Business Management*. 2017; 55(2): 196-199.
5. Forte P, Hoojaghan F, Pool J. Investigating the effect of organisational culture on knowledge management and performance: an empirical study in knowledge-based companies using the balanced scorecard. *International Journal of Management and Decision Making*. 2016; 15(2): 167-183.
6. Dayan R, Heisig, P, Matos F. Knowledge management as a factor for the formulation and implementation of organization strategy. *Journal of Knowledge Management*. 2017; 21(2): 308-329.
7. Jafari M, AliBeygy L. Provide a risk-based approach to knowledge-based companies projects using the ANP-RFMEA Technological. *Development Technique*. 2016; 12 (48): 29-37.
8. Low K, Ho C. A knowledge-based theory of the multinational economic organization. *Long Range Planning*. 2016; 49(6): 641-647.
9. Asadnezhad M, Hejazi R, Akbari M, Hadizadeh E. Designing the Business Model of Herbal Pharmaceutical Knowledge based Companies. *Journal of Entrepreneurship, Business and Economics*. 2017; 5(2): 47-63.

10. Haji A, Zolfaghari A, Goodarzi K, Akhundi A. Identifying Environmental Factors Influencing the Success of Knowledge Based Enterprises: A Case Study. *Monitoring*. 2017; 16 (5): 647-658.
11. Safai N, Taleghani Nia f, Kayamanesh A. Identification and ranking of key factors in the success of knowledge management in Knowledge Based Enterprises (Case Study: Science and Technology Park of Tehran University). *Technology Growth*. 2017; 13 (50): 21-28.
12. Yip Y . Design research on anecdote-based knowledge elicitation for organization development (Doctoral dissertation. The Hong Kong Polytechnic University. 2016: 1-137.
13. Hasanzadeh, M. R., Shirani, B. A., & Raissi Ardali, G. A. (2016). An Improved Performance Measurement Approach for Knowledge-Based Companies Using Kalman Filter Forecasting Method. *Mathematical Problems in Engineering*, 2016.
14. Gorse S, Chadwick S, Burton N. Entrepreneurship through sports marketing: A case analysis of Red Bull in sport. *Journal of Sponsorship*. 2010; 3(4): 348-357.
15. Somsuk N, Laosirihongthong T. A fuzzy AHP to prioritize enabling factors for strategic management of university business incubators: Resource-based view. *Technological Forecasting and Social Change*. 2014; 85: 198-210.
16. Kaplan R. Internal Marketing and Internal Branding in the 21st Century Organization. *IUP Journal of Brand Management*. 2017; 14(2): 7-22.
17. Hansen J. McDonald R, Mitchell. Marketing Benchmarking, Triangulated Isomorphism, and Firm Strategy. In *Creating Marketing Magic and Innovative Future Marketing Trends*. Springer; 2017: 533-543.

Identification of Factors Affecting the Growth of Knowledge Based Companies in Sport

Elmira Gozalzadeh¹ - Amir Dana^{*2} - Mostafa Afshari³

1. PhD Student, Department of Physical Education, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran 2. Assistant Professor, Department of Physical Education, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran 3. Assistant Professor, Department of Sport Management, Sport Management Research Center, Sport Sciences Research Institute, Tehran, Iran

(Received: 2018/1/18; Accepted: 2018/7/15)

Abstract

The aim of this study was to identify those factors affecting the growth of knowledge based companies in the field of sport. The method of this study was survey which was conducted as a field. The statistical population included all managers and experts of knowledge based companies in the field of sport in Tehran city. Based on the information obtained from Tehran Science and Technology Park, they were 43 subjects and all of them were selected as the sample by census sampling method. A questionnaire used by Somsuk and Laosirihongthong (2013) was employed to collect data. After Delphi method, the items and factors of this questionnaire were adjusted according to the sport status of Iran. One-sample t test was used to determine the status of each factor of the study. The AHP statistical method was used to rank these factors. All data analysis was performed in SPSS and Super Decisions software. The results showed that among the identified factors, organizational and marketing factors (with a level above the average) were in a desirable condition, but economic, technological and human factors (their average was lower than level 3) were in an undesirable condition in knowledge based companies. The ranking results showed that economic factor (with a closeness coefficient of 0.652) was the most important factor in improving the performance of knowledge based companies in sport. The results also revealed that technology factor (with a closeness coefficient of 0.158) was the least important factor in improving the performance of knowledge based companies in sport.

Keywords

Economic factors, growth, knowledge based, sport.

* Corresponding Author: Email: amirdana@iaut.ac.ir; Tel: +989116356581